Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

वितस्ता

'हिंदी के विकास में संचार माध्यमों की भूमिका'

विशेषांक

VOL.35 NO.1

संपादिका
प्रो० ज़ौहरा अफ़ज़ल

हिंदी विभाग, कश्मीर विश्वविद्यालय
श्रीनगर - 190006

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

'हिंदी के विकास में संचार माध्यमों की भूमिका'

विशेषांक

संपादिका
प्रो0 ज़ौहरा अफ़ज़ल

G.M. College of Education
Raipur, Bantalab
Jammu
Acc No. 59
Dated 11/6/25

हिंदी विभाग, कश्मीर विश्वविद्यालय
(राष्ट्रीय मूल्यांकन एवं प्रत्यायन परिषद द्वारा 'ए' ग्रेड)
श्रीनगर - 190006

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

ISSN 0975-6663

संपादक मण्डल : डॉ० दिलशाद जीलानी

डॉ० रुबी जुत्शी

डॉ० ज़ाहिदा ज़बीन

डॉ० मज़हर अहमद ख़ान

कु० सकीना अख़्तर (अनुसन्धित्सु)

संस्करण : 2010

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

सम्पादकीय

विभागीय शोध-पत्रिका 'वितस्ता' का प्रस्तुत अंक विभाग द्वारा आयोजित दो-दिवसीय राष्ट्रीय संगोष्ठी 'हिन्दी के विकास में जन-संचार-माध्यम की भूमिका' पर आधारित है। इस संगोष्ठी में प्रस्तुत किए गए शोध-पत्रों को इसमें प्रकाशित किया है।

इस संगोष्ठी में देश के विभिन्न क्षेत्रों से आए साहित्यकारों, विद्वानों तथा मीडिया से जुड़े विशिष्ट व्यक्तियों ने भाग लेकर अपने अमूल्य विचारों को अभिव्यक्त किया। यह सर्वविदित है कि आज जन-साधारण की दृष्टि मीडिया पर और मीडिया की दृष्टि प्रत्येक घटनाक्रम पर टिकी रहती है। धारावाहिकों, नाटकों, फिल्मों, समाचार आदि के लिए प्रयुक्त भाषा का सीधा प्रभाव आज के जन-जीवन पर पड़ता है। हिन्दी भाषा के विकास में मीडिया एक सहायक की भूमिका निभाने में सफल हुआ है। वैश्विकरण के इस दौर में विभिन्न भाषाओं का साहित्य भी हिन्दी में अनुदित हो कर आ रहा है। जिससे हिन्दी साहित्य और अधिक विकसित हो रहा है। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं का हिन्दी में प्रकाशित होना पाठकों की रुचि को उजागर करता है। लेकिन यह एक विडम्बना ही है कि घाटी से हिन्दी का एक भी समाचार-पत्र या पत्रिका प्रकाशित नहीं हो रही है यद्यपि हिन्दी विभाग, कश्मीर विश्वविद्यालय की ओर से 'वितस्ता' का वार्षिक अंक प्रकाशित किया जाता है। वादी में हिन्दी पढ़ने और सीखने के प्रति लोगों का रूझान भी बढ़ा है जो कि घर-घर पहुँचे केवल नेटवर्क का प्रभाव है। इस रूझान को देखते हुए ही कश्मीर विश्वविद्यालय के कुलपति प्रो. रियाज़ पंजाबी साहब ने इस अवसर पर अपने अध्यक्षीय अभिभाषण में हिन्दी के घाटी में

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

विकसित होते रूप को देखकर ही संतोष व्यक्त किया कि आज 90% छात्र विद्यालयों में अपनी इच्छा से हिन्दी पढ़ रहे हैं जो कि हिन्दी के लिए एक शुभ संकेत है।

यहाँ रेडियो और दूरदर्शन का भी दायित्व है कि वह इस भाषा के विकास के लिए और अधिक कार्यक्रम प्रस्तुत करें तथा यहाँ के युवाओं को हिन्दी के कार्यक्रमों में भाग लेने के लिए प्रेरित करें। इनटरनेट की दुनिया आज घर-घर में प्रवेश कर गई है; लेकिन इनटरनेट पर हिन्दी का रूप वादी में विकसित हो इस ओर भी ध्यान देने की आवश्यकता है।

इस संगोष्ठी वक्ताओं ने यह अनुभव किया कि हिन्दी भाषा को जन-साधारण की भाषा बनाई जाए। इसे संस्कृतनिष्ठ बनाने की अपेक्षा इस प्रकार बोला और लिखा जाए कि आम आदमी भी समझ सकें। इसके लिए यदि अन्य भाषाओं के शब्द भी लेने पड़े तो संकोच नहीं करना चाहिए। हिन्दी समाचार-पत्र एवं आधुनिक जन-संचार माध्यमों का भी यह दायित्व बनता है कि वह गुटबंदी से बाहर निकल कर गरीबी, दलितों, अल्पसंख्यकों की समस्याओं की ओर ध्यान दें; तभी यह जन भाषा बन सकती है। कश्मीर घाटी में भी हिन्दी का भविष्य उज्ज्वल है। हिन्दी पत्रकारिता से जुड़कर यहाँ का युवावर्ग रोज़गार प्राप्त कर सकता है। आज पूरे भारत में हिन्दी पत्रकारिता का जाल बिछ गया है।

इस संगोष्ठी में जिन वक्ताओं ने अपने शोध-पत्र प्रस्तुत किए हैं– प्रो. असग़र वजाहत (जा.मि.इ.), प्रो. हरमेहन्द्र सिंह बेदी (पंजाब), प्रो. नरेश मिश्र (रोहतक), प्रो. कृष्ण जी श्रीवास्तव (लखनऊ), श्रीमती ऊषा महाजन, प्रो. के. एन. तिवारी (नई दिल्ली), डॉ. रतनलाल शान्त, डॉ. परमेश्वरी (जम्मू), डॉ. इफ़्फ़त असग़र, डॉ. रेशमा बेगम, डॉ. शगुफ़्ता नियाज़ (अलीगढ़), वरिष्ठ पत्रकार पारुल शर्मा (जनसत्ता)

मैं कुलपति महोदय प्रो. रियाज़ पंजाबी साहब का हृदय से आभार व्यक्त करती हूँ, जिन्होंने हर प्रकार से मेरी सहायता की तथा मुझे प्रोत्साहित किया। मैं और मेरा विभाग कभी भूल नहीं पायेगा। उन्हीं के मार्गदर्शन के कारण मैं इस संगोष्ठी का आयोजन कर सकी तथा राज्य के बाहर से विद्वानों को इस संगोष्ठी में बुला सकी हूँ। मैं प्रो. फ़य्याज़ अहमद का भी आभार

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

व्यक्त करती हूँ, साथ ही कश्मीर टाइम्स समूह के प्रकाशक एवं अध्यक्ष श्री वेद भसीन साहब दूरदर्शन केन्द्र श्रीनगर के निदेशक डॉ. रफ़ीक मसूदी साहब प्रो. हामदी कश्मीरी (पूर्व कुलपति कश्मीर विश्वविद्यालय) तथा विश्वविद्यालय के समस्त विभागाध्यक्षों एवं अध्यापकों की भी आभारी हूँ जिन्होंने अपने अमूल्य विचारों को अभिव्यक्त किया और इस संगोष्ठी के गौरव को बढ़ाया।

आशा है आधुनिक हिन्दी पत्रकारिता से हिन्दी और अधिक विकसित होगी और कश्मीर जैसे अहिन्दी भाषी प्रदेश के नवयुवकों को लाभान्वित करेगी।

(प्रो. ज़ोहरा अफज़ल)

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

अनुक्रमणिका

1. हिन्दी के विकास में मीडिया की भूमिका के विविध आयाम 1-9
–डॉ. कृष्णा जी श्रीवास्तव)
2. दूरदर्शन के हिन्दी विज्ञापन की भाषा : दृश्य-श्रव्य स्वरूप 10-16
–डॉ. नरेश मिश्र
3. टी.वी. के धारावाहिकों, नाटकों और फिल्मों की हिन्दी 17-23
–डॉ. परमेश्वरी शर्मा
4. टी.वी. के धारावाहिकों में हिन्दी 24-29
–डॉ. रतनलाल शान्त
5. हिन्दी के विकास में संचार माध्यमों की भूमिका 30-37
–प्रो. ज़ोहरा अफ़ज़ल
6. प्रिंट मीडिया और भाषा का स्त्रीकरन 38-40
–पारूल शर्मा
7. ब्लाग लेखन और हिंदी 41-43
–पारूल शर्मा
8. हिंदी के विकास में मीडिया का योगदान 44-50
–डॉ. इफ़्फ़त असग़र
9. जनसंचार माध्यम : हिन्दी की प्रयोजनीयता 51-58
–डॉ. रेशमा बेगम

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu
10. हिन्दी एवं नवसंचार 59-65
—रूबी ज़ुत्शी
11. साहित्यिक पत्रकारिता और हिन्दी 66-75
ऊषा महाजन
12. हिन्दी के विकास में मीडिया की भूमिका 76-85
—डॉ. शगुफ्ता नियाज
13. नव्य जन-संचार-संसाधन और हिन्दी 86-89
—डॉ. मज़हर अहमद ख़ान
14. "जनसंचार, जन-माध्यम और हिन्दी" 90-102
—डॉ. ज़हीदा ज़बीन
15. Language Use in Advertisments:
A Case Study Print and
Electronic Media in Kashmir 103-120
—Sheeba Hassan / Nazir Ahmad Dhar
CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

हिन्दी के विकास में मीडिया की भूमिका के विविध आयाम

डॉ. कृष्णा जी श्रीवास्तव

मीडिया पत्रकारिता के क्षेत्र का शब्द है। संचार माध्यम सामान्यतः मीडिया के पर्याय के रूप में जाने जाते हैं। ऐतिहासिक दृष्टि से देखें तो हम पायेंगे कि "माध्यम साम्राज्यवाद" का आरम्भ प्रेस एजेंसियों से हुआ। बाद में रेडियो, फिल्म, पुस्तक प्रकाशन और विज्ञापन के क्षेत्र में इसने अपना विस्तार किया। देशकाल की दूरियों से उत्पन्न जटिलताओं , समयाभाव, वैश्वीकरण और मंडीकरण के कारण संचार माध्यमों का द्रुत गति से प्रिंट मीडिया में यद्यपि समाचार पत्र-पत्रिकायें ही प्रमुख हैं, परन्तु व्यक्तिगत पत्र ई-मेल, ई-कॉमर्स और संदेश आदि भी इसी खाते में गिने जायेंगे। आज इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का सर्वप्रसिद्ध साधन टेलीविजन बनता जा रहा है। इन माध्यमों ने हिन्दी के माध्यम से संचार क्षेत्र में एक क्रांति-सी उपस्थित कर दी है। यहां तक कि बीसियों चैनल हिन्दी में समाचारों का सम्प्रेषण, विवेचन-विश्लेषण करके जनसम्पर्क को बढ़ाते जा रहे हैं। भारत में तो ऐसे चैनलों में से अधिकतम की भाषा हिन्दी ही है। राजनीतिक, सामाजिक, धार्मिक गतिविधियों एवं संगीत, मनोरंजन, संस्कृति और खेल से लगातार संयुक्त चैनलों की बाढ़-सी आई हुई है। ऐसे सभी चैनलों को हिन्दी के द्वारा अपने संदेश पूरा

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

करना पड़ रहा है क्योंकि भारत में हिन्दी ही एकमात्र ऐसी भाषा है, जिसे अधिकांश भारतवासी समझने में सक्षम है। वस्तुतः बीसवीं और इक्कीसवीं शती ने हिन्दी और संचार माध्यमों को विकास की जिस चरम सीमा पर पहुँचा दिया है, वहां भूमंडलीकरण के नाम पर मंडीकरण में बदलती जा रही दुनिया ने अब मीडिया के विविध आयामों को जन्म दिया है। हिन्दी मीडिया और बाज़ार सभी एक दूसरे के पूरक बन गये हैं। बाजार का अपना एजेंडा है, मीडिया उसकी आवश्यकता है और हिन्दी मीडिया की।

संचार माध्यमों में रेडियो की अहम भूमिका है। रेडियो पर प्रयोग होने वाली हिन्दी भी कमाल की हिन्दी है। साहित्यिक हिन्दी तो यदा-कदा ही रविवारादि विशेष कार्यक्रमों में सुनने में आती है लेकिन विज्ञापन एवं समाचार में सामान्य हिन्दी ही सुनाई देती है, जिसे भारतीय जनता सुनती और समझती है। अतः हिन्दी के प्रचार एवं प्रसार में रेडियों की अहम भूमिका है। भारतीय श्रोताओं का अधिकांश भाग रेडियो का हिन्दी कार्यक्रम ही सुनता है।

विज्ञापन के क्षेत्र में हिन्दी का महत्व बढ़ता जा रहा है। इस युग को विज्ञापन युग कहें तो ठीक होगा। रात-दिन सोने से सुबह के उठने तक गजल, भजन, गीतादि के साथ-साथ चाय, तेल सिर दर्द की टिकियों एवं न जाने कौन-कौन से विज्ञापन सुनने एवं दूरदर्शन, फिल्मों आदि में देखने को मिल रहे हैं। आज विज्ञापन का महत्व सभी क्षेत्रों में बढ़ रहा है। मल्टीनेशनल कम्पनियां अपने माल की गुणवत्ता एवं क्रेता संख्या बढ़ाने के लिए अपने उत्पाद का प्रचार हिन्दी माध्यमों से कर रही है। आज विज्ञापन के बिना व्यवसाय असम्भव सी बात है। मांग को बनाये रखने के लिए विज्ञापन जरूरी है। विज्ञापन का अर्थ केवल मॉडलिंग ही नहीं है। ये ज्ञान बढ़ाते हैं। नयी सूचना देते हैं। समाज के चिन्तन के धरातल बदलते हैं। विज्ञापन में हिन्दी की कोई विशिष्ट तकनीकी शब्दावली नहीं होती। आम बोलचाल की शब्दावली के प्रयोग के बावजूद यह सामान्य बोलचाल की भाषा नहीं होती। विज्ञापन का उद्देश्य होता है—पढ़ने, देखने या सुनने वाले का ध्यान आकृष्ट करना। जैसे-'धूम मचा दे... रंग जमा दे... (पान पराग)/ आयोडेक्स मलिए,

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

....काम पर चलिए...(आयोडेक्स)/ 'दोहरा असरदार' ....(कछुआ छाप अगरबत्ती)। निश्चय ही विज्ञापन के क्षेत्र में प्रयुक्त होने वाली हिन्दी भाषा अपने भीतरी और बाहरी आवश्यकताओं के अनुसार एक नया रूप ग्रहण कर रही है।

संचार माध्यम का सम्बन्ध समाज के सभी वर्गों के व्यक्तियों से होता है। इसलिए सरलता, सहजता और सम्प्रेषणीयता संचार माध्यमों की भाषा की पहली शर्त होती है। संचार माध्यमों का प्रयोग जीवन के विविध पक्षों– समाज, राजनीति, धर्म, उद्योग, व्यापार, व्यवसाय, रोजगार, साहित्य, कला, खेलकूद आदि सभी संचार माध्यमों के विषय होते हैं। इन सभी से सम्बन्धित गतिविधियों की सूचना देना, उन पर टिप्पणी करना और उनके सम्बन्ध में जनमत निर्मित करना संचार माध्यमों का कार्य होता है। इसलिए इनकी भाषा में तटस्थता, पैनापन और सुबोधगम्यता अपेक्षित होती है। दूरदर्शन का महत्व जनसंचार माध्यम में अधिक हैं, क्योंकि सुनने के साथ-साथ इसमें दृश्य का अवलोकन भी होता है। दूरदर्शन के माध्यम से हिन्दी भाषा का एक नया रूप विकसित हो रहा है। उसमें दिनोंदिन खुलापन बढ़ता जा रहा है। दूरदर्शन पर प्रयोग होने वाली हिन्दी आज व्यवहारिक भाषा का एक मानक रूप धारण कर रही है।

हिन्दी फिल्मों का महत्व जनसंचार माध्यमों में अधिक है। आज हिन्दी फिल्मों ने किसी विषय को अछूता नहीं छोड़ा है हिन्दी को जनता तक पहुँचाने का कार्य फिल्मों ने किया। हिन्दी विरोधी भी हिन्दी फिल्में देखते हैं, हिन्दी फिल्मों के गीत गाते हैं, जिसका नज़ारा आज हमें तमिलनाडु, कश्मीर, बंगाल, आसाम आदि राज्यों में हिन्दी गीतों को गुनगुनाते अहिंदीभाषी लोगों में दिखाई पड़ता है। इसके सम्बन्ध में हरेश वशिष्ठ ने अपनी पुस्तक 'जनसंचार में फिल्मों तथा दूरदर्शन का योगदान' में लिखा-"क्या यह आश्चर्यजनक नहीं है कि हिन्दी का सर्वाधिक विरोध करने वाले तमिलनाडु की राजधानी मद्रास में बनने वाली सर्वाधिक संख्या हिन्दी फिल्मों की है। आज लाहौर से लेकर ढाका तक फैले इस उपमहाद्वीप में हिन्दी को समझा और परखा जाता है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

मौजूदा समय में हिन्दी फिल्मों की सबसे सफल अभिनेत्री मानी जा रही कैटरीना कैफ ने जब वर्ष 2003 में फिल्म 'बूम' से फिल्मी दुनिया में कदम रखा था तो उन्हें हिन्दी नहीं आती थी। वैसे भी जो किरदार उन्होंने इस फिल्म में निभाया था उसमें हिन्दी जानने की कोई ख़ास जरूरत थी भी नहीं क्योंकि फिल्म में कैटरीना के हिस्से में संवाद बहुत कम थे। दैनिक समाचार पत्र हिन्दुस्तान से जुड़े पत्रकार विशाल ठाकुर के अनुसार कैटरीना एक कश्मीरी परिवार से है लेकिन उनका जन्म हॉन्ग-कॉन्ग में हुआ। इसके बाद हवाई और लंदन जैसे शहरों में रहने के बाद वह फिल्मों में कैरिअर बनाने के लिए मुम्बई आ गई। उन्हें हिन्दी आज भी पूरी तरह से नहीं आती उनकी सबसे सफल फिल्मों में भी संवाद अदायगी के दौरान हिन्दी ठीक से न बोल पाने का कमजोर पहलू साफ झलकता है। उन्होंने जान लिया है कि फिल्मों को हिन्दी की जरूरत है और आगे बढ़ना है तो हिन्दी में हाथ साफ करना जरूरी होगा। इन दिनों कैटरीना का पूरा-पूरा ध्यान हिन्दी सीखने पर है।

प्रसिद्ध मॉडल ब्रूना अब्दुल्ला और हॉलीवुड अभिनेत्री बारबरा मोरी भी हिन्दी के शुरूआती ज्ञान से गुज़र रही हैं। यानी उन्हें इतनी हिन्दी सिखाई जा रही है कि वो अपनी हिन्दी फिल्मों में संवाद ठीक से बोल सकें। दरअसल नए जमाने का हिन्दी सिनेमा इस कदर पेशेवर हो चुका है कि किसी स्टार के हिन्दी में हाथ तंग होने को वह ज्यादा समय तक नहीं झेल सकता। बेशक हिन्दी फिल्मों के शुरूआत तथा अंत में दिखाए जाने वाले टाइटल्स को अंग्रेजी में दिखाया जाता हो लेकिन निर्देशक एन. चन्द्रा एवं सई परांजयी सरीखे दिग्गज फिल्मकारों ने अपनी फिल्मों के टाइटल्स हमेशा हिन्दी में ही पेश किए।

कैटरीना की ही तरह मॉडलिंग से अभिनय में आई याना गुप्ता का हाथ भी हिन्दी में जरा तंग है। कुछ सप्ताह पहले 'कामर्स चैनल; पर रियलटी शो 'खतरों के खिलाड़ी' में याना की मौजदूगी एक ऐसी प्रतियोगी के रूप में देखी गई जो अपना स्टंट करते हुए एकदम शांत रहती थी, बाकी प्रतियोगियों के मुकाबले याना शो में काफी चुप रहती थीं। हालांकि शो में अंग्रेजी बोलने

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

को लेकर किसी तरह की पाबन्दी नहीं थी लेकिन पटकथा का सार जोर हिन्दी पर ही था। यही कारण था कि अंग्रेजी बोलने की आदी नेत्रा, पूजा बेदी, उर्वशी आदि को भी हिन्दी में ही बातें करते देखा गया। ऐसे में याना गुप्ता की चुप्पी समझी जा सकती है। मतलब यही कि टेलीविजन के इस रियल्टी शो में हिन्दी बोलो वरना चुप रहो। शो के दौरान वह जब भी बोली तो उसमें हिन्दी ज्यादा और अंग्रेजी बेहद कम थी। चेक गणराज्य की याना गुप्ता को उनकी पहली बड़ी पहचान हिन्दी फिल्म 'दम' के लोकप्रिय गीत 'बाबू जी जरा धीरे चलो' से मिली थी। यह गीत हिन्दी के देसी पुट से सराबोर था। इस शो के बाद उनके पास काफी काम आ गया है, इस जरूरत के साथ कि अब हिन्दी के बिना गुजारा नहीं है।

कुछ अरसा पहले पेरिजाद की हालत भी कुछ-कुछ 'याना' जैसी ही थी। वर्ष 2005 की सर्दियों में अभिनेत्री पेरिजाद जोराबियन एक गैर फिल्मी समारोह में आई थीं। पत्रकार विशाल जी को पता था कि पेरिजाद को हिन्दी ठीक से नहीं आती। उन्होंने अंग्रेजी में पेरिजाद को अपना परिचय दिया। यह जानकर कि विशाल जी हिन्दी अखबार से है, पेरिजाद ने थोड़ा सकुचाते हुए कहा–'मैं हिन्दी ठीक से नहीं बोल सकती पर मैं कोशिश कर सकती हूं।' टूटी-फूटी हिन्दी और धारा प्रवाह अंग्रेजी के साथ पेरिजाद से बातचीत हुई लेकिन उन्होंने इस वादे के साथ विदा ली कि अगली बार जब भी बात होगी तो हिन्दी में बात होगी। इस बीच फोन पर पत्रकार ने पेरिजाद से कई बार बात की। उनकी हिन्दी में सुधार आ रहा था। वह ठीक-ठीक हिन्दी बोल लेती हैं। छोटे परदे पर रियलटी शो का कब्जा है। ये शो आज हर चैनल की जरूरत से आगे बढ़कर जरूरत से आगे बढ़कर मजबूरी के स्तर तक जा पहुंचे हैं। 'बिग बॉस' की शुरूआत में 'बिग ब्रदर्स' शो से चर्चा में आई गुडी जो सिर्फ अंग्रेजी में ही बोल सकती थी, की बातों को हिन्दी में रूपांतरित करने की जिम्मेदारी एक प्रतियोगी को दी गई थी। पायल रोहतगी ही गुडी की बातों का हिन्दी रूपांतर करती थीं। यानी गुडी की बातों को अंग्रेजी में ही 'निपटाने' का जोखिम चैनल ने नहीं लिया था।

विभिन्न रियलटी शो के कलेवर, उनके निर्णायक मण्डल और शो की

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

रूपरेखा सहित तमाम चीजों में हिन्दी का ही पुट है। अब 'जरा नच के दिखा' की एंकर मलाइका अरोड़ा को ही लीजिए। वह इस शो में बिंदास हिन्दी बोलती हैं। इससे पहले उन्होंने एनडीटीवी के रियलटी शो 'धूम मचा दे' में भी हिन्दी से सराबोर एंकरिंग की थी जबकि रियल लाइफ में सार्वजनिक तौर पर मलाइका अंग्रेजी में ही बात करती हैं। पूजा बेदी के सिर पर भी जब शो की एंकरिंग की बात आती है तो हिन्दी बोलने लगती हैं। फराह खान, सलमान खान, शाहरूख खान भी अपने-अपने शो में खुलकर बहुत अच्छी हिन्दी बोलते हैं। सलमान का शो 'दस का दम' और शाहरूख खान का शो 'क्या आप पांचवी पास से तेज हैं' में हिन्दी का ही बोलबाला है।

मीडिया के सबसे सशक्त छोटे पर्दे पर हिन्दी को बढ़ावा देने का काम किया-कौन बनेगा करोड़पति ने, जिसमें अमिताभ बच्चन की शुद्ध हिन्दी ने न केवल लोगों को हिन्दी के प्रति आदर सिखाया बल्कि उसे अपनाने की भी प्रेरणा दी। आज अमिताभ बच्चन फिल्म उद्योग के उन शीर्ष हिन्दी भाषियों में से एक है जो सिर्फ जरूरत पड़ने पर ही अंग्रेजी का इस्तेमाल करते हैं। संवाददाता सम्मेलनों और विभिन्न समारोह में वह हिन्दी ही बोलते हैं और वह भी बिना झिझक के।

समाचार पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, टी. वी. चैनलों के साथ ही आज तेजी से बढ़ रही ब्लॉगिंग विधा ने हिन्दी का कद बढ़ाया है। इंटरनेट ब्लॉगिंग ने पिछड़ती जा रही हिन्दी का विकास किया है। अब कम्प्यूटर केवल अंग्रेजी से जुड़े लोगों के लिए ही नहीं रह गया है, बल्कि इसे तमाम क्षेत्रीय भाषाओं के लोग भी आसानी से इस्तेमाल कर रहे हैं। अंग्रेजी के बाद देश में सबसे तेजी से विकसित हो रही भाषा का दर्जा हिन्दी न पा लिया है। देश में इंटरनेट यूजर्स के बीच अब हिन्दी दूसरे नंबर की भाषा बन गई है। नेट यूजर्स के बीच हिन्दी बहुत तेजी से पापुलर हो रही है। इसका सबसे ज्यादा श्रेय ब्लॉगिंग को ही जाता है। आज तेजी से प्रसिद्ध हो रही चर्चा में रहने वाली तमाम हिन्दी ब्लॉगिंग साइट्स ने हिन्दी के परचम को लहराया है। इंडिया ब्लॉगिंग डॉट कॉम में छपी शोध के मुताबिक भारत में नेट यूजर्स के बीच

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation, Chandigarh. Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

अंग्ररेजी के बाद हिन्दी दूसरे पायदान पर काबिज है। हिन्दी की बुलन्दी के लिए कई माध्यम महत्वपूर्ण साबित हुए हैं। जिनमें प्रमुख रूप से हिन्दी ब्लॉगिंग, अखबारों के इंटरनेट संस्करण, हिन्दी भाषा सम्बन्धित तमाम वेबसाइट्स शामिल है। अब इंडियन नेट यूजर्स को हिन्दी ब्लॉगिंग क्या है, बताने की जरूरत नहीं रह गई है।

हिन्दी में नियमित रूप से ब्लॉगिंग करने वाले शेखर कहते हैं कि कुछ भी हो, भले ही ब्लॉगिंग का बहाना हो लेकिन हमारी हिन्दी को वो जगह मिली जो इसे अपने देश में मिलनी चाहिए। लेकिन हिन्दी भाषा की पॉपुलरिटी बढ़ाने का सबसे ज्यादा श्रेय ब्लॉगिंग को ही जाना चाहिए। इंटरनेट यूजर्स और ब्लॉगर्स ने हिन्दी को दूसरे पायदान पर पहुँचा दिया है। ब्लॉग पर अब बहुत से साहित्यिक मंच तैयार हो रहे हैं। रतलाम के मशहूर ब्लॉगर रवि रतलामी का ब्लॉग अपने आप में साहित्य का विशाल भंडार है। वो इंटरनेट जगत में साहित्य के सबसे बड़े वितरक बन गये हैं। रवि रतलामी ने साठ के लगभग उपन्यासों को ब्लॉग पर उपलब्ध करा दिया है।

रतलामी ने अद्‌भुत काम किया है। रवि, 'कृपया ध्यान दें' वाले अंदाज लिखते हैं कि रचनाकार का प्रकाशन अवैतनिक, अव्यवसायिक किया जाता है। ध्येय यह है कि उत्कृष्ट रचनाएं इंटरनेट के माध्यम से जन-जन को सर्वसुलभ हो सकें। नये-पुराने कवियों की तीन सौ कविताएं वहां मौजूद है। रतलामी ने हिन्दी में पीडीएफ फाइल बनाकर ई-बुक का चलन भी शुरू कर दिया है। असगर वजाहत की कहानी संग्रह ढूंढने में काफी समय लग गया। रवीश जी बताते हैं कि हिन्दी पुस्तकों की दुकान पूछें तो कोई दिल्ली का दरियागंज बताता रहा तो कोई अपने शहर का रेलवे स्टेशन। इंटरनेट इस समस्या का समाधान है।

अब ऑन लाइन का आगाज ही हो रहा है। उपन्यासकार शानी को याद कर उनकी बेटी सूफिया से बातचीत के जरिए शानी को फिर से समझने की कोशिश की जा रही है। सर्वेश्वर दयाल सक्सेना का परिचय दिया गया है। प्रेमचंद की कहानी 'ठाकुर का कुआं', पूरी पढ़ी जा सकती है। 'ईदगाह' भी मौजूद है। साथ में एक पोल भी चल रहा है कि हिन्दी के लोकप्रिय लेखक

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

कौन हैं? पंत, अज्ञेय, प्रसाद, निराला, प्रेमचंद या महादेवी। साहित्य को उस समाज से जोड़ने की कोशिश जिसे हमारा साहित्य जगत संकोच की नजर से देखता है। नीलाभ ने कहा–हिन्दी के विद्वानों को तकनीक से दूर भागने की आदत छोड़नी होगी।

निश्चय ही हिन्दी एक जीवंत भाषा है। इसके नित नये-नये उभरते रूप इसकी विकासमान प्रवृत्ति का परिचय देते हैं। हिन्दी प्रतिदिन संचार माध्यमों से जुड़ती चली जा रही है। ऐसी सम्भावना है कि हिन्दी का प्रयोग अपनी विलक्षणताओं, प्रयुक्तियों, अभिव्यक्तियों, टेक्नीक आदि के और अधिक व्यापक रूप में होगा, जो हिन्दी के उज्जवल भविष्य का द्योतक है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

सन्दर्भ

1. मीडिया लेखन : सुमित मोहन।
2. प्रयोजन मूलक हिन्दी : डॉ0 विनोद गोदरे।
3. मीडियाकालीन हिन्दी : स्वरूप और संभावनाएं : अर्जुन चव्हाण।
4. वर्तमान सदी में प्रयोजनमूलक हिन्दी की संभावनाएं : डॉ0 अब्दुल लतीफ।
5. अमर उजाला : अमित कुमार वाजपेयी।
6. हिन्दुस्तान : रवीश कुमार।

प्राध्यापक, हिन्दी-विभाग
लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

दूरदर्शन के हिंदी विज्ञापन की भाषा: दृश्य-श्रव्य स्वरूप

डॉ. नरेश मिश्र

वर्तमान युग को मीडिया युग की संज्ञा दी गई है। मीडिया की गतिशीलता से वैश्वीकरण की प्रक्रिया को दिशा और गति मिली है। मीडिया के माध्यमों को मुख्य रूप से तीन वर्गों-दृश्य, श्रव्य और दृश्य-श्रव्य में विभक्त करते हैं। दृश्य के अंतर्गत प्रिंट मीडिया अर्थात् समाचार-पत्र और पत्रिकाएं आती है, तो श्रव्य माध्यमों में चलचित्र, वीडियो, कंप्यूटर, और दूरदर्शन आदि आते हैं। दृश्य-श्रव्य माध्यम का सर्वाधिक प्रभावी रूप दूरदर्शन है। दूरदर्शन और कंप्यूटर के आगमन से इलेक्ट्रानिक मीडिया के प्रभावी प्रयोग से वैश्वीकरण की प्रक्रिया का मनोहारी रूप सामने आया है। विश्व सिमट कर विश्वगाँव (Global Village) बन गया है। एच. एच. मुस्तफा ज़ैदी का संदर्भ का कथन उद्धरणीय है, "संचार माध्यमों में इस क्रांतिकारी सम्मिश्रण ने उद्योग तथा उपयोग की ऐसी नई दुनिया का सूत्रपात कर दिया है कि विश्व को एक गाँव (Global Village) कहने में कोई संकोच नहीं होता।"[1]

दूरदर्शन की प्रभावी प्रस्तुति से संचार जगत में अनूठी गति आई है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

ज्ञान-विज्ञान के क्षेत्रों में हो रहे आविष्कारों की जानकारी जन-जन तक पहुँची है। इसी तथ्य को रेखांकित करते हुए रूपचंद गौतम ने लिखा है, "भूत, वर्तमान एवं भविष्य का ज्ञान कराने वाला इलेक्ट्रानिक मीडिया हमारी सांस्कृतिक, राजनीतिक, व्यावसायिकता का निर्धारण कर रहा है। युवाओं के लिए इसने एक ऐसी दुनिया के पट खोले हैं, जो चकित और अभिभूत करने वाली तो है ही, साथ ही इसके कैरियर की भी संभावनाएं छुपी है।"[2]

व्यापार और व्यवसाय को गति देने में विज्ञापन का विशेष महत्त्व है। कन्हैया लाल गाँधी ने विज्ञापन के विषय में कहा है, "विज्ञापन का उद्देश्य विचारों का प्रसारण और सामान एवं सेवाओं की बिक्री को बढ़ाना है।"[3] विज्ञापन लिखित, मुद्रित और उच्चरित अर्थात श्रव्य, दृश्य और दृश्य-श्रव्य किसी भी रूप में हो सकता है। विज्ञापन की महत्ता को स्पष्ट करते हुए श्री के. पी. नारायण ने अपने विचार इस प्रकार व्यक्त किया है, "विज्ञापन किसी उत्पाद किसी विचार या सेवा के विक्रय का एक सर्वोत्तम संदेश है, जो कम से कम खर्च में उपभोक्ताओं तक पहुँचाया जाए।"[4]

विज्ञापन में दर्शक और श्रोता को उत्पाद का विश्वसनीयता से आकर्षक रूप में परिचय कराकर उस पर स्थाई प्रभाव डालने का प्रयास किया जाता है। उसे क्रय के लिए प्रेरित कर लेना विज्ञापन की श्रेष्ठता और सफलता है। भारत में विज्ञापन की सफलता यहाँ के परिवेश और आम आदमी की भाषा के प्रयोग पर निर्भर है। विज्ञापन में भाषा के स्वरूप का विशेष महत्त्व है, क्योंकि भाषा के ही माध्यम से उत्पाद की विशेषताएं श्रोता और पाठक तक संप्रेषणीय बनती हैं। वर्तमान विज्ञापन के युग में समाचार-पत्र, आकाशवाणी और दूरदर्शन के कार्यक्रमों की कल्पना विज्ञापन के अभाव में संदिग्ध लगती है। डॉ. गुलाब कोठारी ने विज्ञापन के महत्व को रेखांकित करते हुए लिखा है, "विज्ञापन आज लोक शिक्षा का अनिवार्य माध्यम बन गये हैं, ये हमारी सामाजिक एवं आर्थिक उन्नत्ति के सूचक हो गये हैं। इन्हें देखकर हमें अनुमान हो जाता है कि हमारे सामाजिक एवं सांस्कृतिक मूल्यों में क्या परिवर्तन हो रहे हैं।"[5]

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

दूरदर्शन के चैनलों की संख्या और उनका मायाजाल दिन-प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है। रूपचंद गौतम ने दूरदर्शन के बढ़ते कदमों के विषय में अपना मत इस प्रकार है, "भारत सरकार जैसे-जैसे दूरदर्शन केंद्र खोलती जा रही है वैसे-वैसे दूरदर्शन पत्रकारिता की दुनिया को छोटा कर दिया है। दूरदर्शन का अमीर के अलावा गरीब भी दर्शक बन गया है।"[6]

दूरदर्शन पर चौबीस घंटे कार्यक्रमों के प्रसारण से इसका प्रभाव दिन-प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है। प्रायोजित कार्यक्रमों से दूरदर्शन को अनूठी शक्ति मिली है। एक और व्यवसायी अपने विज्ञापन से व्यवसाय में दिन दूना, रात चौगुनी लाभ ले रहे हैं, तो दूसरी ओर दूरदर्शन के अर्थसंपन्न होने का अवसर मिल रहा है। प्रायोजित कार्यक्रमों के संदर्भ में डॉ. कुमुद शर्मा का कथन इस प्रकार है, "आज जब इलेक्ट्रानिक मीडिया के कार्यक्रमों की संरचना विज्ञापनदाताओं के दिशा-निर्देश की मुखापेक्षी हो गई है, मीडिया के कार्यक्रम विज्ञापनदाताओं से प्राप्त आय के भरोसे ही निर्मित होते रहे हैं। ऐसे में विज्ञापनदाताओं से प्राप्त आय के भरोसे ही निर्मित होते हैं। ऐसे में विज्ञापनदाताओं के रूठ जाने के भय से मीडिया का आदर्श उसका सामान्य धर्म, मनोरंजन, शिक्षा और सूचना के प्रति उसका स्वस्थ तथा संतुलित दृष्टिकोण कार्यक्रम निर्माताओं की दृष्टि से ओझल हो जाता है। उनकी दृष्टि केवल विज्ञापनों के जरिए प्राप्त होने वाले लाभ से बंध कर रह जाती है।"[7]

दूरदर्शन के विभिन्न कार्यक्रमों के मध्य विज्ञापन का अपना रंग होता है। यह रंगीन प्रभाव दिन-प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है। हिंदी भारत की राष्ट्रभाषा, राजभाषा और जनभाषा है। यहाँ के बहुसंख्यक लोग हिंदी समझते और प्रयोग करते हैं। यही कारण है कि विदेशी कंपनियां भी अपने उत्पाद के प्रचार हेतु बनाए विज्ञापन में हिंदी का प्रयोग कर लाभ ले रही हैं। दूरदर्शन पर व्यावसायिक विज्ञापन का प्रारंभ 1976 में हुआ और कार्यक्रमों को प्रायोजित करने का श्रीगणेश 1984 से हुआ है। वर्तमान समय में विज्ञापन की भरमार को दृष्टिगत कर इस युग को विज्ञापन का युग कहा जाने लगा है।

व्यवसाय जगत में हिंदी विज्ञापन को विशेष महत्व मिल रहा है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh. Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

दूरदर्शन के विज्ञापन में हिंदी के बढ़ते प्रभाव के विषय में प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित ने लिखा है, "भारतीय विज्ञापनों के लिए जनभाषा हिंदी आज सर्वग्राह्य हो गई है। पिछले दो दशकों में हिंदी ने विज्ञापनों के द्वारा जो लोकप्रियता साथ ही जो संप्रेषण क्षमता अर्जित की है, वह अभूतपूर्व है।"[8]

दूरदर्शन के हिंदी-विज्ञापन पर अंग्रेजी का गहरा प्रभाव दिखाई देता है। **हिंदी-अंग्रेजी का मिश्रित** नागरी लिपि में लिखित रूप में वर्तमान विज्ञापन की चमत्कारिक पहचान बन गई है। एरियल धुलाई पाउडर का विज्ञापन अवलोकनीय है–

"मैं महकूँ दिन भर

....

मेरी महक से **इंडिया** महके।"[9]

शाहरूख ख़ान डिस टी.वी. का विज्ञापन करते हुए हिंदी-अंग्रेजी मिश्रित भाषा का प्रयोग कर रहे हैं-'

"आप **केबिल** से संतुष्ट हैं-

डोंट बी संतुष्ट यार

और **विश** करें

ड्रिश करें।"[10]

अंग्रेजी-हिंदी मिश्रित रूप लंबे-लंबे विज्ञापनों में भी मिलते हैं। फेयर एंड लवली के विज्ञापन का हिंदी श्रव्य सामने आता है–

"**टाइम वेस्ट** मत करो

टाइम वेस्ट

एक महीने में **डांस कंपटीशन है।**

कुछ कर दिखाना है।

नई **फेयर एंड लवली**

दे सात दिन में

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

धूप से बचाव।

....

एक महीने में **टोटल फेयरनेश**

-फेयर एंड लवली।"[11]

बिग बाजार का लुभावना विज्ञापन ऐसे ही भाषाई रंग में रंगा है-

"साड़ी बस **नाइंटी नाइन**

डाइमंड ज्वलरी के साथ **गोल्ड क्वाइन फ्री**

बिग बाजार में मिलेगा

सबसे सस्ता।"[12]

हिंदी-अंग्रेजी का नागरी और रोमन में लिखित अर्थात् दृश्य रूप भी विज्ञापन में प्रभावी रूप में सामने आता है। ऐसा प्रयोग चमत्कार और आकर्षण के लिए किया जाता है। Henko धुलाई पाउडर का विज्ञापन ऐसा ही है-

The end"[13]

कॉलगेट टूथपेस्ट के विज्ञापन का रूप भी इसी प्रकार का है-

"No. 1 डेटिंस्ट का

सुझाया ब्रांड।"14

दूरदर्शन के विज्ञापन में प्रयुक्त हिंदी यत्र-तत्र रोमन में लिख कर दृश्य रूप में प्रस्तुत करने का भी चमत्कारिक प्रयोग मिलता है-

क्रंच चाकलेट के हिंदी विज्ञापन को रोमन में लिख कर लुभाने का प्रयास किया गया है-

"Mera

Crunch

Mahan"15

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

पारस घी का विज्ञापन चमत्कारिक हिंदी, किंतु रोमन में दृश्य बनाया गया है-

"Swaad Tadka"16

हीरो होंडा का विज्ञापन भी अवलोकनीय है-

"Desh ki Dharkan"17

5-स्टार चाकलेट के हिंदी विज्ञापन का श्रव्य रूप सामान्य होता है, किंतु दृश्य रूप में रोमन आवरण सामने होता है-

"Jo Khaaye

Kho jaaye"17

दूरदर्शन पर प्रस्तुत होने वाले चलचित्रों में से कुछ के ही नाम नागरी लिपि में होते हैं, किंतु अधिकांश के नाम रोमन में होते हैं, यथा-

Aan Milo Sajana, Tare Jamin Par, Aye Milan ki Bela आदि। प्रस्तुत विवेचन से स्पष्ट होता है कि व्यापार और व्यवसाय को गति देने के लिए दूरदर्शन पर हिंदी विज्ञापन को विशेष महत्त्व दिया जाता है। दूरदर्शन के विज्ञापन की हिंदी के स्वरूप पर चिंतन करने से ज्ञात होता है कि उस पर अंग्रेजी का गहरा प्रभाव है। यदि दूरदर्शन के हिंदी विज्ञापन का अंग्रेजी से मुक्त कर चमत्कारिक हिंदी का प्रयोग किया जाए, तो अधिक उपयोगी होगा।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

संदर्भ

1. एच. एच. मुस्तफा जैदी, टेलीविजन समाचारः लेखन और वाचन, पृ. 24
2. रूपचंद गौतम, इलैक्ट्रानिक मीडिया के सिद्धांत, पृ. 6
3. कन्हैया लाल गांधी, हिंदी की भागीरथी यात्रा, पृ. 115
4. के. पी. नारायण, संपादन कला, पृ. 133
5. डॉ. गुलाब कोठारी, पत्रकारिता, जन संचार और विज्ञापन, पृ. 115
6. रूपचंद गौतम, इलैक्ट्रानिक मीडिया के सिद्धान्त, पृ. 104
7. कुमुद शर्मा, विज्ञापन की दुनिया, पृ. 44
8. प्रो. सूर्य दीक्षित, जन पत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसंपक्र, पृ.243
9. जी. टी वी
10. जी. टी वी
11. जी. टी वी
12. जी. सिनेमा
13. पोगो चैनल
14. जी. सिनेमा
15. डिजिनी चैनल
16. स्टार प्लस
17. स्टार क्रिकेट
18. जी. टी वी

(डॉ नरेश मिश्र)
प्रोफेसर एवं पूर्व अध्यक्ष
हिंदी विभाग
महर्षि दयानंद विश्वविद्यालय
रोहतक (हरियाणा) 124001
फोन : 01262-292225,
मोबाइल : 09896 295552

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

टी० वी० के धारावाहिकों, नाटकों और फिल्मों की हिन्दी

डॉ0 परमेश्वरी शर्मा

हिन्दी जनभाषा है। सम्प्रति विश्व की सर्वाधिक बोली जाने वाली भाषा मानी जा रही है। एक नवीनतम सर्वेक्षण के अनुसार, हिन्दी पढ़ने, लिखने बोलने, समझने (यानी भाषा के चारों प्रकार्यों) में से किसी एक से सम्बन्ध रखने वालों की संख्या बहत्तर करोड़ से ऊपर पहुँच गई है। दैनन्दिन जीवन की व्यवहारिक भाषा के रूप में इतना विकास न अंग्रेजी का हो सका है और न चीनी का। इसलिए कि अंग्रेजी का व्याकरण और वर्तनी विधान बहुत जटिल है, जिसके कारण कभी वह जनभाषा नहीं बन सकती है। दूसरे, चीनी केवल एक देश की आबादी पर निर्भर है और वह आबादी दिनोदिन घट रही है जबकि हिन्दी भाषियों की आबादी दिन दूनी रात चौगुनी बढ़ रही है।

हिन्दी चूंकि जनभाषा है और अधिकांश जनता सम्प्रेषण के लिए इसी प्रयोग करती है अतः सभी जनसंचार माध्यम–समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, फिल्म, कम्प्यूटर, इंटरनेट, टेलीफोन, मोबाइल आदि–वैश्विक स्तर पर इस हिन्दी को लाने का प्रयास कर रहे हैं। यद्यपि अन्य भाषाएं भी संचार माध्यम के रूप में व्यवहार में लाई जाती है। लेकिन हिन्दी सभी दृश्य-श्रव्य माध्यमों

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

में व्यवहृत हो रही है। सम्पूर्ण भारत में एक रिक्शा चलाने वाले से लेकर मजदूर तक सामान्य जन हिंदी समझता है। इसीलिए संचार माध्यम के संचालकों ने मानवीय भावनाओं और मनोविज्ञान के अनुरूप 'जनस्वर' को जनभाषा में ही सम्प्रेषित करने की आवश्कता महसूस की। वस्तुत: हिन्दी की ज़मीन पर हिन्दी से होने वाली आय से भी निर्माता-निर्देशक परिचित हैं अत: जनभाषा की उपेक्षा उनके लिए घाटे का सौदा साबित होती। इसीलिए तो अंग्रेजी के कार्यक्रम 'हू वांटस टू बी ए मिलेनियर' को हिन्दी में 'कौन बनेगा करोड़पति' के रूप में प्रस्तुत किया गया। भारत जैसे देश में अंग्रेजी उत्पादकों की भाषा बनकर रह सकती है पर उपभोक्ताओं की भाषा हिन्दी रहेगी। मीडिया के इस युग में साहित्यकारों के लिए यह भी चिन्ता का विषय है कि टेलीविजन अपसंस्कृति का ही प्रचार कर रहा है, युवा पीढ़ी चमक-दमक की दुनिया में खोकर वास्तविकता से परे होती जा रही है। यह भी कहा जाता है कि भाषा को तो सबसे अधिक चोट टी. वी. ने ही पहुँचाई है। लेकिन इस बात से हम अनभिज्ञ नहीं है कि हमारा वैश्विक सरोकार जैसे-जैसे बढ़ता जा रहा है, हम बड़ी उदारता के साथ विदेशी शब्दों को ग्रहण करते जा रहे हैं। इस बात से भी इन्कार नहीं किया जा सकता जिस देश में प्रौद्योगिकी आएगी, वही की शब्दावली अन्यान्य भाषाओं में अपना स्थान बना लेगी, ऐसे में के युग में भाषा की विशुद्धता की मांग बेमानी है। आज हिन्दी के प्रचार-प्रसार का सर्वाधिक श्रेय टी. वी. धारावाहिकों, नाटकों और फिल्मों को है जिनमें कई भाषाओं-बोलियों का मिश्रित रूप देखा जाता है।

हिन्दी धारावाहिकों की एक लम्बी सूची है जो दूरदर्शन तथा अलग-अलग टी. वी. चैनलों से प्रसारित होते हैं। जिनमें हम लोग, बुनियाद, रामायण, महाभारत, रजनी, ये जो है ज़िन्दगी, मिर्ज़ा गालिब, सास-बहू, तुलसी, किस देश में हैं मेरा दिल, विदाई, यह रिश्ता क्या कहलाता है, बालिका वधू, लाडली आदि-आदि। इन धारावाहिकों से हिन्दी की विशुद्धता का आग्रह करना भाषा-विकास के लिए बाधक होगा। इनमें से विशेषतय: स्टार प्लस,

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

सोनी, एफ. टी. वी. जी. टी. वी. पर प्रसारित होने वाले धारावाहिकों पर यदि दृष्टि डालें तो उनके अधिकांश पात्र जो उच्च या मध्यवर्गीय हैं, उपभोक्तावादी संस्कृति का प्रतिनिधित्व करते हैं। वे 'हिंग्लिश बोलते हैं, हिन्दी नहीं इसे संकर (Hybrid) भाषा कहा जा सकता है। जिसमें न केवल अंग्रेजी और हिन्दी का मिश्रण बल्कि समस्त भारतीय भाषाओं (हिन्दी-पंजाबी, हिन्दी-उर्दू, हिन्दी-भोजपुरी, हिन्दी-गुजराती आदि) का मिश्रण होता है। हिन्दी के धारावाहिकों में यह भी देखने को मिलता है कि कोई-कोई पात्र लगातार दो-तीन वाक्य अंग्रेजी के बोल जाता है। कई बार तो यह अभिव्यक्ति की तासीर को बढ़ाने के लिए होता है दूसरे शब्दों में कहें तो पात्र की मांग है तो कई बार बहुराष्ट्रीय कम्पनियों के फैलाये भ्रम-जाल की मांग पर होता है। भाषा मिश्रण के कुछ उदाहरण 'स्टार प्लस' से प्रसारित होने वाले धारावाहिकों से–

- आई डोंट बीलीव इट भाभी
- हर वेस्ट (Best) चीज के पीछे एक टेस्ट (Test) होता है।
- मेरा कुछ भी डिस्कस करने का मूड नहीं है।
- मां यू नो न क्या बताऊं।
- 'आइयो सेठ जी तुम बहुत दिनों में आया'
- 'सारा दिन ऐ मुंडा मारा-मारा फिरता है।'
- 'मैं तो दूध की तरह गोरी हूं गोरी।'
- 'इन लोगों ने तुझे अंगूठी पहनाई पत्थर है इन के दिल की तरह–'

कई धारावाहिकों में तकिया कलामों के प्रयोग से हास्य की उत्पत्ति की जाती है। 'सब टी. वी.' पर 'ऑफिस-ऑफिस' धारावाहिक में–'तो दो एक बातें हो जाएंगी', 'स्टार प्लस' में वीणू की बहु–'झूठ तो मैं बोलती नहीं' का बार-बार प्रयोग करती हैं। दर्शक इन तकिया कलामों जैसे शब्दों को कहीं भी

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

सुनता है उसे उस विशेष पात्र की याद स्वत: आ जाती है। भाषा जैसी भी है इस पहचान को कायम करने में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। यह भी सच है कि धारावाहिकों में कितनी भी अंग्रेजी या प्रान्तीय भाषाओं के शब्दों का प्रयोग क्यों न हो वह चैनल हिन्दी चैनल ही कहलाएंगे। टेलीविजन में सब से अधिक चैनल हिन्दी के हैं और उसे देखने वालों की संख्या सबसे ज्यादा है किसी भी प्रान्तीय भाषाओं के चैनलों की तुलना में। भाषा की विशुद्धता की दृष्टि से 'डिज़्ने' के कार्टून पात्रों की भाषा और 'डिस्कवरी' चैनल को देखा जा सकता है। 'कौन बनेगा करोड़पति' में अमिताभ बच्चन की भाषा शुद्ध परिष्कृत हिन्दी जिसे सुनकर प्रत्येक भाषा प्रेमी प्रसन्न हो जाता है। ये सभी कार्यक्रम अंग्रेजी के हैं। हिन्दी भाषा में प्रसारित होने के कारण एक अच्छे खासे दर्शक वर्ग के प्रिय बन गये हैं। डॉ. हरिमोहन भाषा के आधार पर टेलिविजन के धारावाहिकों को तीन भागों में बांटकर देखते हैं–

1. पौराणिक, ऐतिहासिक धारावाहिक

2. सामाजिक–पारिवारिक धारावाहिक तथा

3. मनोरंजन प्रधान धारावाहिक। पौराणिक धारावाहिकों की भाषा संस्कृत निष्ठ हिन्दी–जिस का एक उदाहरण (रामायण से) इस प्रकार है–'पिता की आज्ञा का पालन करना यदि भइया का दायित्व है तो उनका अनुसरण करना मेरा कर्त्तव्य ।–

ऐतिहासिक में उर्दू-हिंदी मिश्रित तथा पारिवारिक ओर शुद्ध मनोरंजन पूर्ण नाटकों में भाषा अंग्रेजी मिश्रित होती है। धारावाहिकों और नाटकों की प्रवाहपूर्ण भाषा में वाणी का स्थान महत्त्वपूर्ण है, उसमें उच्चारण का महत्त्व है। हाव-भाव एवं चेष्टाओं तथा अनुभावों से उसमें अर्थ भरे जाते हैं। अनेक बार देखा जाता है कि भाषा व्याकरणिक नहीं होती फिर भी वह अपने शब्द-वाक्य से दृश्य उपस्थित कर अर्थ सम्प्रेषित करती है। अंग्रेजी के कितने भी शब्द हिन्दी में घुसेड़ दिए जाएं इसकी संवेदना बहुत जाग्रत है। इसका कारण यह है कि भावाभिव्यक्ति के जितने रंगारंग शब्द हिन्दी में है। अन्य

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

भाषा में नहीं मिलेंगे। यही कारण है कि धारावाहिकों के संवाद और हिन्दी फिल्मी गीत जो एक बार सुन लेता है–उससे अभिभूत होकर अवचेतन में भी गुनगुनाता सुनाई देता है। यह संवेदना ही हिन्दी की ताकत है। पाण्डित्यपूर्ण अभिव्यक्ति ही यदि हिन्दी है तो उसका प्रयोग मुश्किल होगा। भाषा के पहरेदार बन कर हम उसे विकसित होने से रोक ही सकते हैं और कुछ नहीं कर सकते। जहाँ तक टी. वी. के नाटकों की बात है उन्हें बहुत शीघ्र कैबल के विविध चैनलों ने लील लिया। धारावाहिक और फिल्मों की लोकप्रियता बढ़ी। कुछेक नाटक जैसे 'तारा', 'बनेगी अपनी बात', 'पति पत्नी और वोह', कुछ समय तक मध्यवर्गीय युवावर्ग के आकर्षण का केन्द्र रहे। भाषा इनकी पात्रानुकूल मिश्रित ही रही जो पात्रों की विचारधारा और भावाभिव्यक्ति के विभिन्न प्रयासों को मूर्त करती है।

फिल्में हिन्दी भाषा की प्रयोगशाला कही जा सकती है। इनमें हिन्दी और उर्दू के साथ-साथ अवधी, भोजपुरी, राजस्थानी तथा मुम्बइयां हिन्दी को नये-नये रूपों में पेश किया जाता है, जिससे भारतीय भाषायों की शब्द-सम्पदा के व्यवहार क्षेत्र का विस्तार होता है। फिल्मों के माध्यम से हिन्दी का यह विस्तार पूर्णता व्यावसायिक उपक्रम है जिससे फिल्म के निर्माता करोड़ों रुपये कमाते हैं। दादा साहब फालके ने मराठी भाषा होते हुए भी 'राजा हरिशचन्द्र' जब बनाई तो उसके सब टाइटल अंग्रेजी के साथ-साथ हिंदी में में भी रखे थे और जब पहली सवाक् फिल्म बनी तो उसमें भी हिंदी का ही प्रयोग हुआ। 1931 में 'आलामारा' सवाक् फिल्म अर्देशिए एम. ईरानी ने बनाई। एक विशाल दर्शक वर्ग तक पहुंचने के लिए हिंदी के अतिरिक्त और कोई विकल्प उन्हें नहीं दिखा अत: हिन्दी:-उर्दू मिश्रित हिन्दुस्तानी का प्रयोग किया गया। 1931 में ही बनी सताईस फिल्मों में से बाईस हिन्दी में बनी थीं जबकि मुम्बई में निर्मित इन फिल्मों के निर्माता निर्देशक गैर हिंदी प्रांतों से थे। हिन्दी फिल्मों के महत्व को देखते हुए ही व्ही शांताराम, पी. सी. बरुआ, विमल राय, श्याम बेनेगल, सत्यजीत रे, भूपेन हजारिका जैसे दिग्गज हिन्दी फिल्मों से जुड़े।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

फिल्म की भाषा चार तत्वों दृश्य, चित्र, संवाद, संगीत पर आश्रित होती है। इन सब से प्रमुख संवाद होते हैं जो किसी भी पात्र को अमर कर जाते हैं। 'जानी, जिनके घर शीशे के होते हैं, वो दूसरों पर पत्थर नहीं फैंकते' इस संवाद से आज भी राजकुमार की याद जुड़ी हुई है और 'कितने आदमी थे सांभा' सुनते ही गब्बर (अमज़द खां) सामने आ जाते हैं।

भारत में सबसे अधिक हिन्दी फिल्में देखी जाती हैं। अंग्रेजी फिल्में भी हिन्दी में डब करके दिखा कर निर्माता-निर्देशक अपार धन-राशि कमा लेते हैं और ये केवल भाषा का ही कमाल है।

गम्भीर विषय वस्तु वाली फिल्मों में भाषा का मानक रूप देखा जा सकता है उदाहरणार्थ-'मैं कहीं कवि न बन जाऊं तेरे प्यार में ऐ कविता'-

'एक लड़की को देखा तो ऐसा लगा-' इन गानों की भाषा विशुद्ध साहित्यिक हिन्दी है तो दूसरी तरफ स्थानीय बोलियों से युक्त संवाद और गाने हिन्दी के विकास में अपना योगदान दे रहे हैं। अंग्रेजी मिश्रित हिन्दी भी दर्शकों की पसंद है मुख्यत: गीतों में इस का प्रयोग होता है यह स्वाभाविक भी है। अन्तर्राष्ट्रीय बाजार में अपनी मांग बनाए रखने के लिए विश्व बाज़ार की भाषा का सहारा लेना पड़ता है। 'Every Body puts your Hands up' दस बहाने करके ले गई दिल-' फिल्मों में जहाँ ('मैं हूँ न') में अभिनेता शाहरूख खान, ('कोई मिल गया' में ऋत्तिक रोशन, सलमान खान तेरे नाम में) भाषा के शुद्ध रूप का प्रयोग करते हैं वही आश्चर्य होता है जब हिन्दी के बलबूते पर नाम कमाने वाले अभिनेता हिन्दी कार्यक्रमों में सम्मानपूर्वक बुलाए जाते हैं तो वे हिन्दी इस तरह बोलते हैं जैसे हिन्दी का उन्हें ज्ञान ही नहीं है। वास्तव में ऐसा लगता है कि हिन्दी फिल्म जगत के लिए हिन्दी सिर्फ पर्दे पर की भाषा है। 'लगान' में अवधी बोलने वाला अमीर खाँ टेलीविजन पर दर्शकों से रूबरू होते ही कह देता है-'मैं अंग्रेजी में अधिक कंफर्टेबल महसूस करता हूं।' केवल आमीर खान ही नहीं शाहरूख से लेकर सभी नये कलाकार टेलिविज़न पर अंग्रेजी बोलते ही सुनाई

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

देते हैं। इससे बड़ी दुःख की बात क्या हो सकती है कि टी. वी. साक्षात्कार लेने वालों के बार-बार आग्रह करने पर भी हिन्दी में जवाब नहीं दिए जाते। इन्हें देखकर ऐसा लगता है कि अभिनय के समय हिन्दी बोलने की कीमत तो ये ले लेते हैं उसके बाहर भी कीमत लेकर ही हिन्दी का प्रयोग करेंगे। यह भी नहीं माना जा सकता कि फिल्म के इन कलाकारों को हिन्दी-संप्रेषणीयता पर संदेह हो। कमल हसन, मणिरत्नम् जैसे फिल्मकारों को अपनी कला की पूर्णता दिखाने के लिए हिन्दी का सहारा लेना पड़ता है। ये फिल्म और हिंदी की लोकप्रियता के चलते हुआ है। जहाँ एक तरफ फिल्मों ने हिंदी भाषा को अखिल भारतीय बनाने में अपनी भूमिका निभाई है वहीं फिल्मों की सफलता के नाम पर हिंदी भाषा की सहज प्रवृत्ति को तोड़ने, नष्ट करने के लिए भी छूट ली गई है। यश चोपड़ा करोड़ों रुपया खर्च करके 'मोहब्बतें' बनाते हैं। मोहब्बत भाववाचक संज्ञा है जिसमें बहुवचन नहीं लगता। खैर हिन्दी फिल्मों का दर्शक फिल्म के शीर्षक के विषय में नहीं सोचता उसे तो अपनी पसन्द के अभिनेता चाहिए। कुल मिला कर कहा जा सकता है कि यद्यपि फिल्म निर्माण केन्द्र अहिन्दी भाषी क्षेत्र में थे और उससे जुड़े अधिकांश निर्माता निर्देशक भी अहिंदी प्रदेशों से हैं तब भी इस माध्यम ने हिन्दी की परिधि का अभूतपूर्व विस्तार ही किया है। तथा हिन्दी-उर्दू के भेद से परे एक गंगा-जमुनी भाषा को प्रतिष्ठित किया जिसमें विभिन्न प्रान्तीय भाषाओं के रूपों को भी अभिव्यक्ति मिली। शाहरूख खां अक्सर पंजाबी लहजे को विस्तार देते हैं—बात हिन्दी में ही है पर लहजा पंजाबी– "मां मैं तेरा पुत्तर राजू" (यस वास में) अमीर खां 'लगान' में 'अरे भइया ई तो बिल्कुल अपनी तरह बोलत है।'–'हां सही ही कह रिया होगा न फिरंगी थोड़े ही हैं।' इन सब लहज़ों / अंदाजों को विस्तृत करती हिन्दी संचार माध्यमों की चहेती भाषा है और घर-घर में लोकप्रिय है। फिल्मों और धारावाहिकों ने इसे लोकप्रिय बनाने में महत्त्वपूर्ण भूमिका अदा की है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

टीवी के धारावाहिकों में हिंदी

डॉ. रतनलाल शान्त

यह सच है कि कोई विषय हमारे दैंनदिन जीवन में जितना ज़्यादा आता है, अपने किसी गुण से या हमारे ज़िंदगी के बदलते स्वरूप के कारण, जिसका सामना जितना ज्यादा हमें करना पड़ता है, उसके अध्ययन के समय बड़े खतरे आड़े आ सकते हैं। टी.वी. और सोनी उसपर दिखाए जा रहे मनोरंजक सीरियल, (नाटक) हमारे समाज के सब वर्गों के बीच एक अनिर्वचनीय स्थान बना चुके हैं। यो तो फिल्में भी मनोरंजन के सशक्त साधन हैं पर छोटा पर्दा सामाजिकों को जितना उपलब्ध है उतना बड़ा पर्दा नहीं। इस कारण टी.वी. सीरियल के किसी भी आयाम का, वह भाषा का ही क्यों न हो, गंभीर तथा लक्ष्यबद्ध अध्ययन खतरों से घिर सकता है। उदाहरणत: हिंदी सीरियलों के बारे में इस प्रकार के अतिसरलीकृत बयानों का खतरा–यह हिंदी अंग्रेजी से पराभूत है, यह हिंदी कहां है? या यह कि इस हिंदी को उर्दू अभिभूत कर रही है या यह कि यह साधारण बोलचाल में जरा भी मेल नहीं खाती आदि। इस तरह के बयान हारी हुई तथा पूर्वाग्रही मानसिकता से निकलते हैं, अत: सच्चाई से उतने ही दूर हैं, जितने ये बयान जो यान्वित और अधकचरी गंभीरता से निकलते हैं जैसे यह कि फिल्मी गीतों में भारतीय संस्कृति की अभिव्यक्ति होती है या नहीं होती है, इन गीता में प्रकृति सौंदर्य/षटऋृतु वर्णन/बसन्त या बरसात के चित्रण का अध्ययन हो सकता है आदि–आदि।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

प्रस्तुत निबंध में इस प्रकार के सरलीकरणों से बचते हुए स्थिति की भयावहता को अनदेखा किया जाएगा और न ही इस माध्यम को प्रभावहीन माना जाएगा। सिनेमा को 100 प्रतिशत मनोरंजक मूलक मानकर तथा धारावाहिक नाटकों को विज्ञापन तथा चालू पलायनवादी मनोरंजकता के बीच की खाली जगहों के पूरक के रूप में देखने से ही हम इन दोनों में भाषा की गति का सही अध्ययन कर सकते हैं।

सीरियल हो या फिल्म, दोनों चूंकि किसी आधारभूत आलेख पर बनते हैं इसलिए दोनों में लेखक की एक भूमिका रहती है। यह भूमिका या तो बहुत न्यून हो सकती है या इसका थोड़ा बहुत महत्व हो सकता है, पर लेखक ही इनमें छाया रहे ऐसा संभव नहीं। कारण यह कि ये दोनों माध्यम अभिनय केंद्रित हैं तथा मूल आलेख से लेकर अंतिम प्रस्तुति तक ये कई प्रक्रियाओं तथा कई अन्य कला रूपों से गुजरते हैं। और हम यह भूल नहीं सकते कि साहित्य ही एक कला नहीं, संगीत नृत्य अभिनय आदि सब समान सशक्त कलाएं है। जो भी हो फिल्म तथा सीरियल में हमारे सामने वह लेखक कम मौजूद रहता है जिसने मूल कहानी कल्पित की या लिखी बल्कि वह ज्यादा रहता है जिसने वे वार्तालाप लिखे जो छोटे या बड़े पर्दे पर पात्रों ने हमारे सामने वाले पर उससे पहले ये वार्तालाप कथा, पटकथा तथा शूटिंग स्क्रिप्ट में क्या थे क्या हो गए, इससे हमें मतलब नहीं रहता।

चूंकि हमारी (प्रस्तुत) बहस का मुद्दा भाषा है इसलिए हम इन्हीं वार्तालाप को ध्यान में रखेंगे। वार्तालाप फिल्म या सीरियल में किस उद्देश्य से रचे गए होते हैं? स्पष्ट है कि ज्ञान या समझ का विस्तार आदि इन का लक्ष्य नहीं हो सकता बल्कि मनोरंजन या विज्ञापन की जो योजना प्रोड्यूसर अथवा डाइरेक्टर के मन में है, उसे पूरा करना इनका उद्देश्य होता है। अंतिम वार्तालाप का लेखक भी एक भाषाकर्मी ही होता है अत: उसे उपर्युक्त योजना के मुताबिक मनोरंजन या विज्ञापन का तत्त्व जीवन्त रखना होता है। वह भाषा की नैसर्गिक अथवा तर्कसम्मत अपेक्षाओं से ज़्यादा उनकी तात्कालिक उपादेयताओं से प्रेरित होता है। वह ऐसा सामयिक मुहावरा प्रयोग में लाता है जो न्यूनतम समझ (एप्रिसिएशन) वाला दर्शक भी उसकी तमाम

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

व्यंजनाओं के साथ समझे और तुरन्त समझे। (फिल्में वही सफल होती तथा सफल मानी जाती हैं जो दर्शक तत्काल समझे और जिनसे आनंदित हो, और थोड़ी देर बाद ही भूल जाए ताकि अगली फिल्म के लिए वह टिकट खिड़की के सामने फिर खड़ा नजर आता रहे। फिल्म की टी. आर. पी. का ग्राफ ही एक वृहद नियामक उसूल है और वह फिल्म के पहले लेखक से अंतिम लेखक तक को निभाना पड़ता है। भाषा रुढ़िबद्ध है या ताज़ा अभिव्यंजक से मालामाल, यह हम वहां देख सकते हैं जहाँ इस प्रकार देखने की कोई कद्र है। कभी इस प्रकार देखने की ज़रूरत आ पड़ती है, जब फिल्म या सीरियल किसी साहित्यिक कहानी उपन्यास नाटक जीवनी यात्रिकी की जैसी चीज़ पर बना हो और प्रोड्यूसर का घोषित उद्देश्य भाषा की मौलिकता का रचनात्मक प्रयोग भी हो। किसी उपन्यास पर बनी तथाकथित 'गंभीर फिल्म' (सीरियल सिनेमा) की भाषा आलोचनात्मक अध्ययन का विषय बन सकती है, मगर शर्त यह है कि प्रोड्यूसर 'गोदान' के प्रोड्यूसर बड़जात्या जैसा हो या 'पथेर पांचली' के सत्यजित राय जैसा हो। इस प्रसंग में भाषा के प्रति प्रोड्यूसर के रवैये के कई दिलचस्प उदाहरण देखे जा सकते हैं। मोहन राकेश की कहानी 'उसकी रोटी' की अरुणकैल की प्रस्तुति रचनात्मक से मूल्यों के प्रति इतनी वफ़ादार थी कि उसमें कला के सरल संप्रेषण के बुनियादी सिद्धान्त को ही भुलाया गया था दूसरी ओर 'मैला आंचल' और 'पृथ्वीराज रासो' जैसे कलिजयी कृतियों को हल्के तथा लोकप्रिय फिल्मी तथा टेलीविजनी लटकों झटकों के बीच खुला छोड़ कर विरूप ही बना दिया गया। कुछ प्रस्तुतियों में मूल की भाषा का कुछ प्रतिशत प्रयुक्त करके हल्के मनोरंजन के लिए भी स्थान छोड़ दिया गया, जिससे दोनों के बीच किसी हद तक संतुलन कायम हो सका। ऐसा हमने मन्नू भंडारी की कहानी "यही सच है" पर बनी फिल्म या रेणु की कहानी 'तीसरी कसम' पर बनी इसी नाम की फिल्म के प्रोडक्शन में देखा।

पिछले 20 वर्ष के दौरान जिस तरह गांवों के कस्बे तथा कस्बों के शहर बनने की गति में तेजी आती गई, उससे नाटक और फिल्म में भाषा बोली के भी शहरीकरण की गति बढ़ी। फिल्मों में महानगरों जैसे दिल्ली और मुंबई के उपनगरों हाशियों पर रहने वाली स्लैन्ग का प्रयोग चरित्रों के

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation Chandigarh Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

विचित्रीकरण के लिए किया गया। धारावाहिक नाटकों में शहरी मध्यवर्ग के बीच प्रयुक्त तथाकथित शिष्टभाषा के अपशिष्ट प्रयोग होने लगे। इस से फिल्मी मध्यवर्ग का अपना एक अलग रजिस्टर रूपायित होने लगा है और इसकी संवाहक तथा संवर्धक ऐसी मध्यवर्गी महिलाएं हैं जो दोपहर की फुर्सत में विश्राम तथा पलायन की घड़ियों में मनोरंजन चाहती हैं। ऐसे में बोलियों की हिन्दी, मुख्यधारा में नहीं आ रही और इसका इसका दुष्परिणाम यह है कि भाषा के विकास की संभावनाएं घुट के रह जाती हैं। अब तो उपनगरीय हिंदी ही वापिस जाकर गांव में वाइरस की तरह फैल रही है और इस तथ्य का प्रतिबिंबन फिल्म तथा टी वी दोनों में हो रहा है। अपवाद के तौर पर कभी कभार कोई रचनाशील प्रोड्यूसर पृष्ठभूमि में किसी लोकगीत के बोल अर्धशास्त्रीय संगीत में किसी रचना की धुन बजाता है। उससे भावना का प्रभाव बढ़ता है और संप्रेषण थोड़ा सहज हो जाता है।

हम मानते हैं कि विद्युत माध्यमों में अपूर्व तकनीकी प्रगति की वजह से संप्रेषण की सम्पूर्णता को किसी भी ऊंचाई तक ले जाया जा सकता है। ऐसे में भाषा की उपयोगिता इसकी न्यूनतम आवश्यकता के अनुसार तय हो रही है। जैसा ऊपर कहा गया, इन माध्यमों में चरित्रों द्वारा बोले गए थोड़े बहुत वार्तालाप मात्र ही में भाषा की जरूरत होती है। वार्तालाप से पहले सब कुछ अंग्रेजी में होता है। कई बार पात्रों के वार्तालाप भी किन्ही अन्यों द्वारा 'डब' किए होते हैं। इस सब का एक नतीजा यह भी निकलता है कि डबकी नई भाषा के ढर्रा चरित्रों के ढर्रा वार्तालाप को सिर्फ खानापूरी के लिए इस्तेमाल में लाया जाता है। आज के लोकप्रिय नाटकों में सास-बहू केंद्रित घटनाओं का प्रत्याशित दिशाओं में विकास जाने पहचाने चरित्रों द्वारा रूढ़ घिसे-पिटे मुहावरों और वाक्यों में किया जाता है। वार्तालाप में नई व्यंजना के मुकाबले में चौंकाने वाले और दर्शक की मोटी-मोटी समझ को अपील करने वाले अर्थों पर जोर दिया जाता है। ऐसे में उदाहरणतः तथाकथित "फैमिली ड्रामों" में (फिल्म और टी. वी. दोनों में) परिवार को तबाह करने की घोषित गर्ज के साथ और परिवार के मध्य ही अनिवार्य बला की तरह रहने वाली औरत का यह वार्तालाप किसे याद नहीं होगा–"मैं इस खानदान के अंदर रहूंगी और इसे मिटा के रहूंगी"। ऐसा वार्तालाप गंभीर दर्शक के मन

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

में कोई आशंका नहीं जगाता और न ही इस औरत की किसी अप्रत्याशित करतूत के प्रति कोई सावधानी। वस्तुतः यह अनिवार्य बला ही नाटक की कथा की दिशा तय करती है। इस प्रकार इन लोकप्रिय धारावाहिकों की कहानियां खलनायिकाओं की कहानियां होती हैं। देखा जाए तो इनमें लोककथाओं में सदियों से मौजूद अमानुष, राक्षस, यक्ष के जेसे स्वभाव वाला चरित्र सर्वोच्च तथा केंद्रिक होता है। नाटकों की घटनाएं तथा चरित्र ऐसे चरित्रों से अनुकूलित होती है। इनके वार्तालाप की भाषा भी ज़ाहिर है कि इस भाषा या मुहावरे से न वह भाषा विकसित होगी और न ही वह मुहावरा सधेगा, जो अभिव्यक्ति को सार्थक बना सकता है। इस लिहाज से हम अभी उसी मध्यकालीन मानसिकता में जी रहे हैं जिसमें अतिप्राकृतिक और अमानुष तत्त्व आस्था और जीवन का अभिन्न अंग थे। केवल कहानियों के चरित्रों के नाम उन का परिवेश, साजसज्जा आदि बदले हें, जिज्ञासा, कौतूहल, हिंसा षडयंत्र भय आदि के अभिव्यक्ति के तरीके वही हैं, अधकचरे और बचकाने। कुछ आलोचकों का यह मानना भी है कि टी.वी. के इन सीरियलों में दर्शकों के लिए नाटक की भाषा और चरित्र से ज़्यादा पात्रों के घर, ड्राइंगरूम और बेडरूम की सज्जा, फर्नीचर और परदे, चरित्रों के पहनावे विशेषकर डिज़ाइनर साड़ियां तथा उनका अधुनातन मेकअप आदि होते हैं। इन नाटकों में कैमरा की हरकतें जूम, पैन, या डॉली पात्रों की हरकतों या उनकी भावभंगिमा से ज़्यादा अहम होती हैं। पृष्ठभूमि में आवश्यक और अनावश्यक जगहों पर भन्ना देने वाला संगीत बजाकर दर्शकों की सूक्ष्म श्रवण शक्तियों को भोथरा बनाने के लिए काफी होता है। वार्तालाप में यदि कभी कहीं कोई नवीनता या मौलिकता हो, तो वह खुद ब खुद फिसल कर महत्व के दूसरे या तीसरे दर्जे पर चली जाती है।

इस प्रसंग में हिंदी के टी वी सीरियलों के विदेशी (अनिवासी) भारतीय परिवारों में लोकप्रिय होने का मामला हमारे ध्यान का एक मुद्दा बन सकता है। स्पष्ट है कि ऐसे दर्शक बेहतर संवेदनशीलता (जो उन्हें जीवन शैली तथा रवैये से मिली है) के बावजूद पिछड़ी मानसिकता वाले इन नाटकों को इसलिए पसंद करते हैं, क्योंकि इनमें उन्हें अपनी जड़ों से जुड़े रहने के कुछ सूत्र मिलते हैं। इनमें उन्हें अपने इतिहास और अपनी संस्कृति की कृत्रिम ही सही, एकाध झलक मिल जाती है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation Chandigarh Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

भूगोलीकरण और पश्चिमीकरण के जो भाषाई प्रभाव हमें अपने शहरों में ज्यादा स्पष्ट नज़र आ रहे हैं तथा जो कस्बों गाँवों की ज़िंदगी में भी तेज़ी से दिखने लगे हैं, उनकी सबसे तेज़ परछाई हिंदी की फिल्मों तथा टी.वी. सीरियलों में दिखती है। वजह ऊपर बताई गई है। अंग्रेजी का वर्चस्व भी बढ़ रहा है और अधिपत्य भी। सूचना के युग में इसकी अनिवार्यता भी साफ ज़ाहिर है। इसीलिए अब गाँव में भी अंग्रेजी का प्रयोग करने वाला चरित्र रौबीली छवि वाला होता है, तथा शहर युवा मंडलियों में अपने वार्तालाप में अंग्रेजी का मिश्रण नहीं करपाने वाला चरित्र हीनता का शिकार होता है। तथ्य तो यह है कि दफ्तर, बाजार सड़क की बोली, जो अंग्रेजी और "कचरा ही" (रेणु का गढ़ा शब्द) उर्दू से अटी होती है, फिल्म तथा आम सीरियल का माध्यम है और यह एक स्वतंत्र रजिस्टर के रूप में पहचानी जा सकती है। यह तथ्य भी हमें मानके चलना होगा कि भूगोलीकरण के बढ़ने के साथ हमारी भाषाएं हीन तथा क्षीण होती जाएंगी और इसकी साफ तस्वीर हमारी फिल्म और टी.वी. में उभरने लगी है। अब इस तरह के गीतों पर हमें आश्चर्य नहीं होना चाहिए। "तौबा तेरा जलवा तौबा तेरा प्यार तेरा इमोशनल अत्याचार" न ही हिंदी फिल्मों के ऐसे नामों पर: जब वी मेट, लाईफ पार्टनर, लक, शॉर्टकट, वाटर फायर स्वोड ऑफ टीपू सुलताने।

इस आलेख में लोकप्रिय अथवा पॉप फिल्मों तथा सीरियलों नाटकों को लिया गया, तथाकथित कला या गंभीर फिल्मों को नहीं। हमारा उद्देश्य उनके महत्व को नकारना या कम करना नहीं। निस्संदेह भारत में बनी गंभीर फिल्में या जिसे 'समान्तर सिनेमा' कहा जाता है, वह काफी विकसित और विश्व में सम्मानित तथा पुरस्कृत हुआ है। इस प्रकारके सम्मान का कुछ श्रेय इनमें भाषा को सुरक्षित रखे जाने तथा मूल रचना को सिनेमा संप्रेषण के नाम पर विकृत नहीं किए जाने को भी दिया जा सकता है। ऐसी फिल्म या ऐसे नाटकों में हमें कोई शिकायत नहीं। इनके दर्शक अल्पसंख्या में होते हैं, पर किसी भी कलामाध्यम के उंचे स्तर का फैसला इसी अल्पसंख्या की रुचि के आधार पर किया जाता है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

हिंदी के विकास में संचार माध्यमों की भूमिका

–प्रो. ज़ोहरा अफ़ज़ल

संचार मनुष्य की मूल आवश्यकता है। मनुष्य की क्या अधिकांश प्राणी किसी न किसी सीमा तक अपनी तरह से संचारण करते हैं। संचार शब्द अंग्रेजी के कम्यूनिकेशन का हिन्दी रूपान्तर है; जो लैटिन भाषा के Communication से बना है जिसका अर्थ है– टू मेक कॉमन, टू शेअर, टू टॉक टू गेदर, टू कन्सल्ट वन विद अनैदर अर्थात् सूचनाओं का आदान प्रदान से समान भागीदारी निर्मित करना। दूसरे शब्दों में किसी जानकारी अथवा सूचना को अन्य तक पहुँचाना।

संचार मनुष्य के अतिरिक्त पशु-पक्षियों के बीच भी होता है। यह एक मूलभूत सामाजिक आवश्यकता है, जिसके बिना जीवन उद्देश्यहीन, अर्थहीन हो जाता है। संचार के बिना किसी भी जाति, समुदाय मानव-विकास की प्रगति की कल्पना भी नहीं की जा सकती। इसके बिना मनुष्य रह नहीं सकता। अपनी जागरूकता बढ़ाने का संचार एक प्रमुख हथियार है। यह मौखिक भी होता है और लिखित भी। और दोनों ही बातों के लिए किसी माध्यम की आवश्यकता होती है। भाषा सबसे सशक्त माध्यम है–एक व्यक्ति को दूसरे व्यक्ति से, एक देश को दूसरे देश, एक समूह को दूसरे समूह के साथ जोड़ने का।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

हिन्दी जनभाषा है और अधिकांश जनता संप्रेषण के लिए हिन्दी का ही प्रयोग करती है। अतः सभी संचार माध्यम हिन्दी को वैश्विक स्तर पर लाने का प्रयास कर रहे हैं। इन माध्यमों ने हिन्दी के माध्यम से संचार क्षेत्र में एक क्रान्ति-सी उपस्थित कर दी है।

जन संचार माध्यमों की हिन्दी ने एक ओर हिन्दी को न जाने कितने भू-भागों तक फैलाया है तो दूसरी ओर हिन्दी भाषा की संरचना और प्रयुक्ति में कई परिवर्तन किये हैं। संचार माध्यमों की हिन्दी न तो सामान्य बोलचाल की हिन्दी है और न सर्जनात्मक उपक्रम में प्रयुक्त होने वाली शुष्क राजभाषा। संचार माध्यमों की हिन्दी अपने माध्यम विशेष के प्रति ईमानदार भाषा है। हिन्दी के महत्त्व और विस्तार को विश्व मंच पर स्थापित करने की दिशा में जिन नए प्रयोजनों का उदय पिछले सौ वर्षों में हुआ है, उनमें संचार माध्यमों की विशेष भूमिका है। कम्प्यूटर और माइक्रोचिप के इस दौर में जन संचार माध्यमों की भाषा के रूप में हिन्दी ने अपनी बहुआयामी सामर्थ्य को विभिन्न स्तरों पर इंगित किया है। यही कारण है कि भाषिक मौलिकता और प्रयुक्ति के स्तर पर जन संचार माध्यमों में हिन्दी के उत्तरोत्तर विकास की असीम संभावनाएँ हैं।

21वीं सदी में टेलीग्राफ, टेलीफोन, रेडियो-वायर लैस आदि के आविष्कार के कारण संचार के माध्यमों में अभूतपूर्व क्रान्ति आई है। संचार माध्यमों को तीन वर्गों में बाँटा जा सकता है–

1. दृश्य या लिखित 2. श्रव्य 3. दृश्य-श्रव्य

दृश्य या लिखित के अन्तर्गत पत्रिकाएँ, समाचार पत्र, पोस्टर, पैंपलेट, होर्डिंग आदि,

श्रव्य के अन्तर्गत–रेडियो, आडियो कैसेट्स, टेलीफोन, मोबाइलफोन आदि तथा

दृश्य-श्रव्य के अन्तर्गत–सिनेमा, टेलीविजन, इनटरनेट, बी.सी.आर., बी.सी.डी आदि आते हैं।

इन सभी माध्यमों का मूल उद्देश्य जनता को जानकारी देना, उन्हें शिक्षित बनाना तथा उनका मनोरंजन करना है। सूचना एवं प्रसारण के कार्यों

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

में मीडिया के सभी माध्यमों में हिन्दी प्रयुक्त हो रही है। माध्यमों की भिन्नता के कारण तथा प्रस्तुतकर्ताओं की रूचि तथा जानकारी में विविधता होने के कारण हमें हिन्दी के विविध रूप, संचार माध्यमों के द्वारा देखने-सुनने को मिलते रहते हैं; जिससे हिन्दी की लोकप्रियता का पता चलता है।

आज के युग की प्रमुख चुनौती यह है कि हिन्दी हृदय की अभिव्यक्ति के साथ मस्तिष्क की जटिलताओं की तथा उन जटिलताओं से उद्‌भूत विज्ञान और तकनीक की संवाहिका बन सके। हिन्दी ने इस क्षेत्र में भी तहलका मचाना शुरू कर दिया है। विज्ञान, तकनीक, वाणिज्य तथा सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में हिन्दी अपनी मज़बूत स्थिति बनाती जा रही है। हिन्दी को भूमंडलीय पहचान देने में जन-संचार की भूमिका अहम् है। संचार-माध्यमों की भाषा के रूप में हिन्दी की प्रगति देखने लायक है। हिन्दी समाचार पत्र अंग्रेजी की बासी खबरों का अनुवाद नहीं करते। तकनीक की जादूगरी ने दुनिया को हस्तामलकवत बना दिया है। हिन्दी संवाद एजेंसियों-'भाषा' और 'समाचार'--का दायरा भूमंडलीय हो गया है। हिन्दी दैनिकों का एक विशाल पाठक वर्ग तैयार हुआ है।

पिछले कई वर्षों में किए गए सर्वेक्षण यह स्पष्ट करते हैं कि देश के प्रिंट मीडिया में भारतीय भाषाओं का हिस्सा अंग्रेजी भाषा की तुलना में काफी बड़ा है। विदेशों में भी हिन्दी पत्र-पत्रिकाओं का बड़ा प्रचलन है। इन पत्र-पत्रिकाओं ने अनेक शब्द गढ़े हैं। जैसे-इंका (इंडियन कांग्रेस), भाजपा (भारतीय जनता पार्टी), विहिप (विश्व हिन्दु परिषद्) लोस (लोक सभा), विस (विधान सभा), विवि (विश्वविद्यालय), के.हि.स. (केन्द्रीय हिन्दी संस्थान), यूनेस्को आदि। अकेले हिन्दी में लगभग 35% प्रकाशित होते हैं।

समाचार चैनलों की पृष्ठभूमि में हिन्दी के महत्त्व का किस्सा और भी अनोखा है। दूरदर्शन के अलावा अन्य निजी चैनल जैसे- 'जी न्यूज़' एवं 'स्टार न्यूज़' अपने अधिकांश समाचार अंग्रेजी में देते थे। तर्क यह था कि केवल टी.वी. की पहुँच ऊँची सोसायटी में है और वहाँ अंग्रेजी की धूम है। यह नब्बे के दशक की बात है। एक दशक भी नहीं बीता और पूरी तरह से हिन्दी भाषा का एक संवाद चैनल आया। उसने सारे संवाद चैनलों को जड़ से हिला दिया। 'आज तक' की लोकप्रियता ने 'जी' और 'स्टार' के

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh. Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

अस्तित्व पर संकट ला दिया। विवश होकर इन अंग्रेजी परस्त चैनलों को भारत की जनभाषा के प्रवाह के साथ चलना पड़ा। बहुत सारे विज्ञान एवं तकनीकी से संबंधित चैनलों की भाषा में हिन्दी का विकल्प मौजूद है। डिस्कवरी तो बहुत पहले से ही अपने कार्यक्रमों को हिन्दी में डब करता रहा है। भारतीय केवल नेटवक्र में हिन्दी के मनोरंजन चैनल एवं संवाद चैनलों की भीड़ है।

रेडियो का प्रारंभ भारत में जुलाई 1927 में बंबई से हुआ। स्वतंन्त्रता मिलने के पर्वू तक रेडियो प्रसारण भारत के केवल 10% क्षेत्र तक सीमित था। आज रेडियो प्रसारण देश के कोने-कोने तक पहुँच रहा है। इसमें शिक्षा सूचना और मनोरंजन के कार्यक्रम हिन्दी में प्रसारित हो रहे हैं। इतना ही नहीं आज 'वायरन ऑफ अमेरिका', 'चीनी रेडियो', 'रूसी रेडियो', 'वायस ऑफ जर्मनी', 'रेडियो जापान', 'बी.बी.सी', 'रेडियो काहिरा', 'यू.एन रेडियो' के अतिरिक्त नेपाल, पाकिस्तान, श्रीलंका, बांग्लादेश के प्रतिष्ठित रेडियो स्टेशनों से हिन्दी में कार्यक्रम प्रसारित हो रहे हैं।

'इंटरनैट' इस युग की सबसे बड़ी वैज्ञानिक उपलब्धि है। यह विश्वभर में फैले कम्प्यूटरों का व्यवस्थित जाल है, जिसमें सभी कम्प्यूटर संचार तकनीकों से आपस में जुड़े होते हैं। भारत और उसकी राष्ट्रभाषा हिन्दी भी, अछूती नहीं है। विश्व के महान भाषाविदों ने देवनागरी लिपि, जिसमें हिन्दी लिखी जाती है, को **'विश्व की सर्वाधिक तार्किक एवं वैज्ञानिक लिपी'** माना है। इतना ही नहीं भारत विश्व ने बड़े बाज़ार के रूप में उभर कर आया है। इंटरनैट पर भी इसलिए हिन्दी ने अच्छी प्रगति की है। सूचना प्रौद्योगिकी में भारत विश्व में सबसे आगे है। मीडिया पर हिन्दी का वर्चस्व देखते ही बनता है। आज इलैक्ट्रॉनिक मीडिया पर भारत ने 95% चैनल हिन्दी और भारतीय भाषाओं के हैं। केवल 5% चैनल अंग्रेजी भाषा के हैं।

भारत सरकार के कार्यालयों में पुणे की कंपनी **'सी-डेक'** के उत्पाद प्रचुर मात्रा में प्रयोग किए जाते हैं। जिस्ट कार्ड, जिस्टशैल आदि सी-डेक के उत्पाद हैं, जिनकी सहायता से सभी अनुप्रयोगों में हिन्दी तथा भारतीय भाषाओं में कार्य करने का दावा किया जाता है। इसके अतिरिक्त गैर-सरकारी कंपनियों ने भी हिन्दी में इंटरनैट सुविधा सुचारू रूप से संचालित करने के

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

लिए बहुत से सॉफ्टवेयर बनाए हैं, जो विंडोज तथा एम.एस. ऑफिस वातावरण में कार्य करते हुए हिन्दी का स्पेलिंग चैक, ऑन लाइन डिक्शनरी, मैचिंग फौंट, एच.टी.एम.एल, स्पोर्ट आदि सुविधा से युक्त हैं। इनमें रूपा, सुचिता, अंकुर, प्रकाशक, आकृति, ऑफिस, अक्षर का विंडोज, ए.पी.एस चित्रलेखा, विंकी आदि प्रसिद्ध हैं। देवबेस अक्षर; शब्द रत्न, सुलिपि आदि सॉफ्टवेयर डॉस वातावरण में कार्य करते हुए केवल हिन्दी और अंग्रेजी में शब्द-संसाधन की सुविधा देते हैं। कई मौलिक रूप हिन्दी में तैयार पोर्टल नेट पर उपलब्ध हैं। इनमें 'वेन दुनिया' तथा 'नेट जाल' का नाम प्रमुखता से आता है। हिन्दी के सभी नामी दैनिक समाचार पत्र एवं पत्रिकाएँ इंटरनैट पर उपलब्ध हैं। वैश्विक पटल पर हिन्दी की उभरती चमक बाज़ार में इसकी व्यवहार्यता तथा संचार माध्यमों द्वारा खुलकर इसके उपयोग के कारण संभव हो पा रही है। आज इंटरनैट पर पाँच हज़ार से अधिक वेबसाइट हिन्दी से संबंधित है। इंटरनैट और कम्प्यूटर विशेषज्ञों के प्रयास से देवनागरी लिपि की सामर्थ्य बढ़ी है।

जहाँ तक सिनेमा और फिल्म जगत का प्रश्न है। हिन्दी प्रचार-प्रसार में सबसे बड़ा हाथ है। हिन्दी न जानने वाले भी हिन्दी फिल्मों को देखने में रूचि लेते हैं। इनसे हिन्दी की भारी लोकप्रियता बढ़ी है, इसमें कोई संदेह नहीं है। जिस प्रकार हिन्दी उपन्यासों 'चंद्रकांता' और 'चंद्रकांता संतति' पढ़ने के लिए लोग हिन्दी सीखते थे उसी प्रकार हिन्दी सिनेमा को समझने तथा उसका मज़ा लेने के लिए स्वतंत्रता के बाद लोग हिन्दी सीखने लगे। हिन्दी सिनेमा की एक अखिल भारतीय छवि बनी और भारत के उन सभी प्रमुख शहरों में जहाँ हिंदीभाषी क्षेत्रों के प्रवासी लोग काम करने गए थे वहाँ हिन्दी सिनेमा उनके मनोरंजन का साधन बना। सभी भाषाभाषी लोगों को जोड़ने का माध्यम बना। स्वतंत्रता आन्दोलन के समय कई ऐसी फिल्में बनी जो देशभक्तों को प्रेरणा देती थीं। कई फिल्मों को संवेदनशील मानकर अंग्रेज प्रतिबंधित कर चुके थे।

'ए मेरे वतन के लोगों।
जरा आँख में भर लो पानी।
जो शहीद हुए हैं उनकी।
ज़रा याद करो कुर्बानी'

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

लता मंगेशकर द्वारा गाए गए इस गीत में 1962 के चीन युद्ध के बाद लोगों की संवेदना पर मरहम लगाने और सैनिकों की पीड़ा को पूरे देश में अनुभव कराने का काम किया।

आज के मध्यवर्गीय एवं अर्द्ध शहरी समाज की संपर्क भाषा हिन्दी हो चुकी है। हिन्दी सिनेमा की एक और विशेषता है कि इसकी शुरूआती दौर की फिल्मों के कलाकार, निर्माता, निर्देशक, संगीतकार, गायक अहिन्दी क्षेत्रों से रहे। अब देश के लगभग हर कोने का प्रतिनिधित्व इस उद्योग में है तथा विभिन्न विषयों एवं समस्याओं पर हिन्दी में फिल्में बन रही हैं। हिन्दी के बोलचाल वाले रूप को सप्रसारित करने में सिनेमा जैसे माध्यम की भूमिका अहम् रही है। कमलेश्वर, राही मासूम रज़ा, नीरज, गुलज़ार, जावेद अख्तर साहित्य तथा सिनेमा के जगत में समान रूप से आदृत हैं।

कथा-कहानी, नुक्कड़ नाटकों और रंगमंच की दुनिया को दरअसल सिनेमा ने अपने बड़े दायरे में समेट लिया। लेकिन रंगमंच एवं नुक्कड़ नाटकों का महत्त्व अब भी है। खासकर महानगरों एवं उसकी पेचीदा समस्याओं पर हिन्दी भाषा में गहरी नज़र से अभिव्यक्ति दी जा सकती है। सफदर हाशमी ऐसे ही कलाकार लेखक थे, जिनकी हत्या कर दी गई थी और उसी पर आधारित राजकुमार संतोषी ने अपनी फिल्म 'हल्ला बोल' बनाई है। सिनेमा के माध्यम से समाज को नई दिशा दी जा सकती है और हिन्दी इसका बहुत बड़ा माध्यम बन ही चुकी है।

हिन्दी भाषा के विकास में विज्ञापनों की भूमिका भी महत्त्वपूर्ण रही है। पोस्टर, होडिंग, प्रदर्शनी, साइन बोर्ड, गैस के गुब्बारे के साथ, रेडियो, सिनेमा, टेलीविजन आदि में विज्ञापन की भाषा को प्रभावशाली रूप में देखा जा सकता है। कुछ नमूने इस प्रकार है– 'चुटकी में चिपकाए', 'खाओ गगन रहो मगन', 'भिगोया, धोया और हो गया', 'साड़ी में साड़ी पराग साड़ी'। विज्ञापनों के क्षेत्र में हिन्दी ने अंग्रेजी को काफी पीछे छोड़ दिया है।

इसमें कोई संदेह नहीं है कि संचार माध्यमों ने हिन्दी के विकास में, उसके प्रचार प्रसार में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। हिन्दी भाषा को विस्तार देने में संचार माध्यमों की भूमिका सर्वमान्य है; किन्तु जैसे कि सिक्के के दो पहलू होते हैं, उसी प्रकार इन संचार माध्यमों के सकारात्मक पहलुओं के

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

साथ-साथ उसके कई नकारात्मक पहलू भी उभर कर हमारे सामने आ रहे हैं जो कि हिन्दी के समक्ष चुनौतियाँ खड़ी कर रहे हैं। दूरसंचार ने विश्व को एक गाँव में बदल डाला है, वैश्वीकरण कर दिया है, इसका सीधा प्रभाव हमारी संस्कृति, हमारी परंपरा से टकराव एवं आचार-विचार की चकाचौंध में आ रहा है। यह टकराव अंततोगत्वा हमारी भाषा या साहित्य को प्रभावित करेगा ही; क्योंकि भाषा संस्कृति की एक जटिल एवं धारदार वाटिका है। साहित्य भी भाषा पर आधारित है और भाषा के ताने-बाने से ही साहित्य का स्वरूप बनता है।

आजकल के हिन्दी अखबारों, पत्र-पत्रिकाओं एवं टी.वी. आदि की भाषा पर गौर करें तो पाएंगे कि कितनी भ्रष्ट हिन्दी का प्रयोग होता है। अंग्रेजी शब्दों एवं वाक्यांशों के प्रयोग बहुत अधिक है, वर्तनी की एकरूपता नहीं है;-विरामचिन्हों का प्रयोग नितांत अव्यवस्थित है। दूरदर्शन में शिक्षित हिन्दी के वार्ताकार इतनी अंग्रेजी बहुल हिन्दी बोलते हैं मानो दर्शक वर्ग में सभी अंग्रेजींदा हैं। ये भूल जाते हैं कि पाठक एवं दर्शकों में ग्रामीण व्यक्ति भी होते हैं। विज्ञापनों की भाषा ने हिन्दी भाषा के तेवर एवं मूल्यबोध को झकझोर कर रख दिया है। प्रायः सारे विज्ञापन आक्रामक शब्द चाल से बुने जाते हैं, संदेश सूक्ष्म होता है। खनकदार आवाज, द्विअर्थीय शब्द/वाक्यांश और विचित्र दृश्य-मिश्रण; दर्शक को एक मायाजाल में ले जाते हैं।

इसमें भी शक नहीं है कि हिन्दी फिल्मों ने हिन्दी के आम बोलचाल वाले रूप को बहुत प्रचारित-प्रसारित किया है, लेकिन बंबइया या कलकत्तिया हिन्दी या कामचलाऊ हिन्दी की एक शैली ही उभर कर आ गई है।

ये वैचारिक चुनौतियाँ हिन्दी भाषा को सीधे प्रभावित कर रही है। हिन्दी समाज मूकदर्शक बना हुआ है। कहीं कोई मानकीकरण नहीं हैं। न भाषा में, न वैचारिक सोच में। क्या कारण है कि कम्प्यूटर एवं दूरसंचार के सशक्त माध्यमों में हिन्दी के विद्वान एक क्रिया के चार प्रयोग कर रहे हैं—जार, जाये, जाय एवं जावे। हिन्दी भाषा में कुछ योगदान करने के लिए हमें न्यूनतम स्तर पर एकमत होना होगा तथा कथनी और करनी का अंतराल भी समाप्त करना होगा।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

सन्दर्भ

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी के आधुनिक आयाम, पृ. 237
2. मीडिया कालीन हिन्दी : स्वरूप एवं संभावनाएँ, पृ. 71
3. विकल्प (पत्रिका) अंक अप्रैल जून 2008
4. आजकल (पत्रिका) अंक सितम्बर
5. इंटरनैट पर उपलब्ध जानकारियाँ
6. मीडिया लेखन सिद्धान्त और व्यवहार

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

प्रिंट मीडिया और भाषा का स्त्रीकरन

पारूल शर्मा

प्रिंट मीडिया में भी पूर्वाग्रह हैं स्टीरियोटाइप विषय और भाषा का इस्तेमाल पुरानी परंपरा की तरह यहां भी इस्तेमाल होते हैं। यदि हम लैंगिक दृष्टि से अखबार पत्र-पत्रिकाओं को पढ़े तो यह साफ हो जाता है कि लिखने वाले की दृष्टि कहाँ जाकर ठहरती है। स्टीरियोटाइप भाषा जिसमें मुख्यत: लैंगिक प्रयोग को उजागर करके खबर लिखी जाती है दोहरे अर्थों के कारण हिंदी को जहाँ अग्राहय बनाती है वही खबर की उपयोगिता और महत्व को भी दुस्साहस कम सा कर देती है।

खबर के शीर्षक और जिसमें शब्द बहुत कम इस्तेमाल होते हैं और मात्राओं के प्रयोग भी गिनकर किए जाते हैं, वह भी पूर्वाग्रह से ग्रसित दिखाई पड़ते हैं। 1995 में बीजिंग सम्मेलन के बाद, यूनेस्को ने लैगिक निरपेक्ष भाषा के लिए निर्देश जारी किए इस तरह पत्रकारिता की हिंदी में लैंगिक संवेदनशील पत्रकारिता केवल स्रोतों और संदर्भ जैसी के बारे में नहीं है। यह उस भाषा से भी है, जिसमें पत्रकार अपनी खबरों को पाठकों तक पहुँचाता है वास्तविक समानता के लिए हिंदी का उचित प्रयोग, भाषा की उचित जानकारी और खबरों में उचित निरूपण से ही महिलाओं को समानता और स्वीकारिता दिला सकता है। यानी ऐसी भाषा सामान्य हो जिसमें महिलाओं को

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

गलत ढंग से प्रस्तुत को, बहिष्कृत को और तिरस्कार की दृष्टि पैदा करे। यानी खबरों में स्त्री के चित्रण में भाषा के प्रयोग भी सतक्रता और संवेदनशील बरतना बेहद जरूर है।

कुछ उदाहरण–

–शीर्षक –हॉकर ने अपनी पत्नी को आई आई टी का सपना साकार किया–

–समाचार-एक गरीब पृष्ठभूमि की प्रतिभावान महिला को उसका पति, जो एक मामूली फेरीवाला है, इंजीनियर बनने का सपना साकार करने (शायद उसकी आगे की पढ़ाई के लिए आई आई टी) के लिए दिलीय समर्थन दे रहा है।

विश्लेषण– इस कथा में फातिमा एक प्रतिभावान छात्र है, जो तमाम कठिनाईयों के बावजूद अच्छा प्रदर्शन कर रही है। लेकिन समाचार में पूरी तरह उसका पति मिलाप ही प्रमुख है। फातिमा की भूमिका निष्क्रिय और लगभग महत्त्वहीन ही दिखाई गई है। शीर्षक में भी इस तरह का प्रयोग किया जा सकता था कि–'महिला के आई आई टी के सपने को हॉकर पति ने जीवित रखा।'

शीर्षक–पहली महिला जेहादी से यूरोप सन्न

उपशीर्षक– बापूबा में ब्रेलिजयन महिला के आत्मघाती बम हमले से पूरे महाद्वीप में खतरे की घंटिया बज उठी।

समाचार कथा– शीर्षकों से यह स्पष्ट है कि समाचारकथा किसी आत्मघाती हमलावर के महिला होने का पता चलने के बारे में है।

विश्लेषण– पहला शीर्षक बढ़ा-चढ़ा कर दिया गया है। यूरोप में बहुत से देश हैं। यह कहना कि पूरा यूरोप एक अकेली महिला हमलावर से 'सन्न' रह गया, सच्चाई से दूर नजर आता है। क्या यह महिला यूरोप में इस कदर घबराहट पैदा कर सकती है कि पूरे महाद्वीप में खतरे की घंटिया बज उठीं।

कोई भी लिखित खबर, बात, जानकारी, भाव विवाद का विषय हो

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

सकती है। लेकिन संप्रेषणीयता के माध्यम में निष्पक्षता मुख्यधारा की पत्रकारिता में वांछनीय है जो पत्रकार को पीत पत्रकारिता से बचाती है वहीं पाठक को उचित भाषा से भी जोड़ती है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

ब्लाग लेखन और हिंदी

पारूल शर्मा

जनसंचार के माध्यमों में जो सबसे नया रूप सामने आया है वह है ई लेखन का। इस में कथा, कहानी, कविता, को विशिष्ट स्थान मिला है। कंप्यूटर के सीने पर साहित्यिकारों, कवियों, लेखकों, पत्रकारों ने अपनी अभिव्यक्ति को अपने-अपने तौर तरीके से चस्पां किया। इसी की एक विधा है-**ब्लागिंग**

ब्लागिंग यानी सबकी निजता को सहेजने और उत्सुकता उत्साही मन की बात को सबके सामने लाना। ब्लागिंग जनता का ऐसा हथियार है जिसने नवोदित लेखक को बेहद निर्भीक, बेबाक और सपाट तरीके से अपनी बात और विचार रखने का मंच प्रदान किया है। जिस से ई लेखन की कड़ी में नए अध्याय की शुरूआत जरूर हुई है। हिंदी जगत के लब्ध प्रतिष्ठित विद्वतजनों को नवकिशोरों का यह शगल 'आओ बातें करें' से ज्यादा कुछ नहीं लगता। लेकिन आंकड़े बताते हैं कि पांच-छह साल पहले चली ब्लागिंग की बयार में लगभग 15 हजार ब्लाग बन कर तैयार हो चुके हैं।

लेकिन कई प्रश्न उठते है कि अभिव्यक्ति की संप्रेषणीयता के लिए कई विधाएं पहले से ही मौजूद है फिर ब्लाग की जरूरत क्यों?।

यह सभी जानते हैं कि संचार क्रांति के कारण सूचनाओं का अपार

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

संसार खुल गया है ब्लागिंग को शुरू करने वाले भी मूलरूप से पत्रकार ही हैं। विदेशों में जहाँ ब्लाग को जनमत संग्रह का जरिया माना गया वहीं हमारे यहां निजी अभिव्यक्ति है। हिंदी ब्लागिंग में विषय, तकनीक और अनुभव से लेकर भाषा की छटाएं देखने को मिलती हैं। ब्लाग बनाने वाले और लिखने वाले सामने अपनी बात कहने और विचारों को स्पष्ट ढंग से रखने का यह सबसे सहज रास्ता दिखाई पड़ता है। आम तौर पर एक लेखक या पत्रकार जहाँ अपनी रचना या खबर छपवाने के लिए किसी मीडिया समूह से समझौता करता दिखाई पड़ता है उसकी तुलना में ब्लाग पर राय टिप्पणी या विचार रखने की पूरी स्वतंत्रता दिखाई पड़ती है।

ब्लागिंग स्व कथन भी नहीं है। इसमें समसमायिक विषय, समाज, राजनीति, फिल्म, धर्म, दर्शन, कला, समीक्षाएं आदि विषयों पर लेख, बहस चर्चा या टीका-टिप्पणी छींटाकशी को एक क्लिक के जरिए आसानी से पढ़ा जा सकता है। इस तरह ब्लाग लेकिन जहाँ विचारों से जोड़ता है वहीं न लिखने और पढ़े जाने की कुंठा से भी बचता है।

ब्लाग में तकनीकी रूप से भी नए प्रयोग किए जा सकते हैं। लेख के अनुसार इसमें ओडियो व वीडियो क्लिपिंग्स भी भेजे जा सकते हैं। और ब्लाग सदस्यता के भागीदार इच्छानुसार किसी भी विषय पर सामग्री की नई कड़ी को भी जोड़ सकते हैं। हिंदी में लिखे जाने वाले चर्चित ब्लाग हैं—मोहल्ला, मीडिया फार फोर, कही-अनकही, भड़ास आदि। ब्लाग में लिखी जानकारी सूचना भी दे सकती है और खरी-खरी भी सुना सकती है। इसी वजह से अभी तक जनसंचार के माध्यमों में इस को अधिकारिक मान्यता नहीं मिली है।

लेकिन वैश्वीकरण के दौर में ब्लाग लेखन को भी वैकल्पिक और ईमानदार स्रोत की तरह पहचाना जाना चाहिए संप्रेषण के सीधे और तीखे माध्यम के नाते फिल्मकार, साहित्यकार, अभिनेता, कलाकार, पत्रकार इससे जुड़ रहे हैं।

लेकिन यहां सवाल यह उठता है कि हिंदी में लेखन का स्तर क्या हो।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का मतलब स्तरहीन भाषा के जरिए विचारों का मंथन तो कदापि नहीं हो सकता। ब्लाग लेखन को मान्यता दिलाने के लिए इस ओर भी सोचा जाना जरुरी है। फिर भी अंग्रजी दां माहौल में पलने-पढ़ने वाले आज के युवा अगर ब्लाग लेखन से जुड़ रहे हैं तो इसे हिंदी के प्रति बढ़ते रुझान की स्वस्थ पहल तो माना ही जा सकता है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

हिन्दी के विकास में मीडिया का योगदान

–डॉ. इफ़्फ़त असग़र

एक स्वतंत्र राष्ट्र की पहचान के तीन अनिवार्य तत्त्व हैं–संविधान, राष्ट्रीयता और राष्ट्रभाषा। भारत की विभिन्न भाषाओं में हिन्दी निर्विवाद रूप से राष्ट्रभाषा के पद पर आसीन है। यह निश्चित ही कुछ लोगों को अतिशयोक्ति लगे लेकिन स्वतंत्रता से पूर्व और बाद में भी जन-जन की भावाभिव्यक्ति का माध्यम हिन्दी ही बनी। चारों दिशाओं के सभी भारतवासियों को एकता के सूत्र में बाँधाने का कार्य हिन्दी भाषा ने ही किया। इसके इसी सार्वदेशिक स्वरूप तथा सशक्त और समर्थ भाषा के रूप में स्वीकार किये जाने के कारण हिन्दी भाषा को राजभाषा के रूप में संविधान में मान्यता मिली।

आधुनिक युग भूमण्डलीकरण का युग है। उपभोक्तावादी संस्कृति का विस्तार हो रहा है। संपूर्ण विश्व बाजार में परिवर्तित हो चुका है। भाषा के सामने अभिव्यक्ति का एक संकट खड़ा हो गया है। हिन्दी भी इससे अछूती नहीं रह गयी है। बाजारवादी चुनौतियों का सामना हिन्दी को भी करना है। आज उसे केवल जनसामान्य या साहित्य की भाषा तक सीमित नहीं रहना, अपितु इस परिवर्तन के दौर में अभिव्यक्ति के बहुआयामी स्वरूप के अनुकूल भी स्वयं को ढालना होगा।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

इक्कीसवीं सदी, जनसंचार की क्रान्ति का युग है। जनसंचार के विभिन्न माध्यमों का तेजी से विकास हो रहा है। संचार माध्यम के अंतर्गत समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, रेडियो, सिनेमा, दूरदर्शन, निजी चैनल, इनटरनेट, मोबाइल आदि अनेक माध्यमों को सम्मिलित किया जा सकता है। वहीं दूसरी ओर वैश्विक फलक पर हिन्दी भाषा को भी अपनी जगह की तलाश है। ऐसे में भाषा निरंतर अपना रूप बदल रही है। इस बदलाव के पीछे भले ही मुक्त बाजार की नीति, उदारीकरण या फिर मल्टीनेशनल का दबाव ही क्यों न हो भाषा अपने नये तेवर के साथ आगे बढ़ती जा रही है। विश्व स्तर पर हिन्दी का 'ब्राण्ड' बनकर उसका न्यूज होना अपने आप में एक सराहनीय पहलू है। संचार के इस युग में हिन्दी अब मात्र भारत की राजभाषा नहीं रही बल्कि आर्थिक मुनाफे की भाषा बनने लगी है।

मैथ्यू ऑर्नल्ड का कहना है कि "लोकतंत्र, औद्योगीकरण और मशीनीकरण के युग में संस्कृति का विकास समाज को आत्मध्वंस की ओर बढ़ने से रोकने के लिए बहुत महत्त्वपूर्ण है।" महान दक्षिण अमेरिकी सभ्यता को लगभग नष्ट करने की स्थिति में जा पहुँचे कि बर्बर स्पेनियार्ड कोर्तेस का उदाहरण देते हुए त्सेवेतान तोपोरोव (दि कॉन्क्वैस्ट ऑफ़ अमेरिका) ने कहा है: "औरों की भाषा तथा औरों की राजनीतिक संरचना का ज्ञान हासिल करने के लिए कोर्तेस उनकी खाल में घुस जाता है।" लेकिन ऐसा करते हुए वह कभी भी अपनी श्रेष्टता के अहसास को नहीं त्यागता। इसके बाद दूसरे चरण में वह सिर्फ अपनी पहचान पर जोर देकर ही संतुष्ट नहीं है बल्कि इंडियंस को भी अपनी दुनिया में समाहित करने के लिए उद्यत हो जाता है। "कार्तेस की फतहों से जो सबक निकले उन्हें तमाम उपनिवेशकारों ने आत्मसात कर लिया है। मीडिया के नेतृत्व में चल रहे सांस्कृतिक साम्राज्यवाद ने भी इन सबको खूब इस्तेमाल किया है। तलवार हाथ में लिए चलने वाले पुराने नृशंस विजेता की जगह अब विद्वान, पुजारी और व्यापारी की त्रिमूर्ति ने ले ली है। विद्वान उस इलाके के बारे में जानकारियाँ इकट्ठा करता है जिसको जीता जाना है, पुजारी उसके आध्यात्मिक अधिग्रहण का रास्ता साफ करता है और व्यापारी मुनाफे से अपनी तिजोरियाँ भरता है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

मार्केट की नब्ज़ को पहचानकर यूरोप की बड़ी से बड़ी कंपनियाँ चाहे वह किसी भी क्षेत्र की क्यूं न हो बखूबी हिन्दी को अपने प्रचार-प्रसार का माध्यम बना रही हैं। वर्तमान संदर्भ में भाषा के इस नये कलेवर को किसी साँचे में बंद कर देना अन्याय होगा। अब हिन्दी को जहाँ एक ओर अपने कैनवास को विस्तृत करने का मंच मिला है वहीं दूसरी ओर तथाकथित साहित्यकार इसे भाषा का अंत मान रहे हैं। उनके अनुसार ऐसी हिन्दी, साहित्यिक हिन्दी से दूर हो रही है। उसे तोड़ना-मरोड़ना, अन्य भाषाओं के शब्दों का समावेश होना, शैली का बिगड़ना जैसे अनेक आरोप लगाये जाते हैं। लेकिन हिन्दी अपने एक नये आकार को तो गढ़ ही रही है। अगर यह कहा जाये कि हिन्दी अब विदेशों में भी अपना प्रभाव छोड़ती नज़र आ रही है तो ग़लत नहीं होगा क्योंकि बाज़ारों पर दबाव है तो हिन्दी नये रूप और नये शब्द विन्यास व शैली के प्रयास में है। इक्कीसवीं सदी की हिन्दी अपने बदलते स्वरूप के बाद भी हिन्दी ही रहेगी चाहे कितने ही विदेशी शब्द, मुहावरे क्यों न उसमें सम्मिलित हो जायें पर कलेवर हिन्दी का ही होगा। हिन्दी आम जनता तक की एप्रोच में होगी।

आधुनिक संचार क्रांति में दूरदर्शन की भूमिका महत्त्वपूर्ण है। संचार माध्यमों में दूरदर्शन ने इतना महत्त्व प्राप्त कर लिया है कि लोगों की जीवन-शैली चिंतनधारा का रुख ही बदलकर रख दिया है। हर महत्त्वपूर्ण घटना कुछ की मिनटों में ब्रेकिंग न्यूज़ के माध्यम से दिखा कर लोगों तक पहुँच रही है। दूरदर्शन का इतना विस्तान हो चुका है कि आज निजी चैनल की एक बाढ़ सी आ गयी है। इसमें स्टर टी.वी., स्टार प्लस, स्टार मूवी, स्टार स्पोर्टस, जी.टी.वी., बी.बी.सी., सी.एन.एन., डिस्कवरी चैनल आदि के द्वारा हिन्दी-अंग्रेजी मिश्रित मिली जुली खिचड़ी भाषा का प्रयोग किया जा रहा है। इसी भाषा में हमें सूचनाएँ, समाचार, मनोरंजन, शिक्षा सभी कुछ परोसा जा रहा है। इन चैनलों पर दिखाये जाने वाले कार्यक्रम- 'कौन बनेगा करोड़पति', 'सास भी कभी बहू थी', 'बालिका वधू', 'महाभारत', 'रामायण' जैसे अनेक सीरियलों ने लोगों की दिनचर्या तक को प्रभावित किया है। बच्चे-बच्चे की

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

जुबान पर इन प्रोग्रामों का नाम चढ़ा हुआ है। इसका मात्र कारण यही है कि आज का युवा वर्ग अंग्रेजी माध्यम से शिक्षा ग्रहण करने के बाद भी इन चैनलों से स्वाभाविक रूप से ही जुड़ता है और उसी प्रकार की भाषा का भी प्रयोग करता है। इस बदलते समाज में भी वही भाषा अपना स्थान बनाए रख सकती है जो ज़रूरतों के मतानुसार अपने को समय रहते बदल सके।

अभी तक साहित्य को समाज का दर्पण कहा जाता रहा है। लेकिन गौर से देखें तो हमारे विज्ञापनों को भी बदलते समाज का आईना कहा जा सकता है। कुछ दशक पहले तक के विज्ञापनों में समय के साथ परिवर्तन हो रहे हैं। विज्ञापन के माध्यम से वर्तमान की ही नही भविष्य की तस्वीर भी देखी जा सकती है। अगर कुछ दशक पहले से ही तुलना करें तो विज्ञापनों की भाषा बता देती है कि इस बीच समाज के रवैये में कितना ज़बरदस्त बदलाव आया है।

इन चैनलों पर दिखाये जाने वाले विज्ञापन भी भाषा के विकास में अपना महत्त्वपूर्ण स्थान रखते हैं। मीडिया ने आज जनता की नब्ज़ को पहचान कर विज्ञापनों की भाषा को गढ़ा है, 'ये दिल माँगे मोर', 'धक-धक हीरो होण्डा', 'लाइफ बॉय है जहाँ तंदरुस्ती है वहाँ', 'नवरत्न' कूल टेक दुनिया का सबसे छोटा ए.सी.। ऐसे कितने ही विज्ञापन हैं जो सरलता के साथ लोगों की जुबान पर चढ़ जाते हैं। अंग्रेजी-हिन्दी के इस मिश्रण के लिए मीडिया पर ही दोष मढ़ना उचित नहीं है क्योंकि यह तो समय की माँग है। इस समय आम शिक्षितों की भाषा की यह प्रवृत्ति भी है। लेकिन यह दायित्व भी मीडिया पर ही है कि वह जहाँ तक संभव हो सके, भाषा की विस्त्रतियों से बचे क्योंकि मीडिया का प्रभाव जनता पर बहुत अधिक पड़ता है। खेल समाचार और कमेन्टरी में प्रयोग होने वाली हिन्दी भाषा अनेक कारणों से हमारा ध्यान खींचती है। कमेन्टरी में जिन शब्दों का प्रयोग किया जाता है वे खेल भावना से अधिक हिंसा की भावना को जन्म देती दिखायी देती है। उदाहरण के तौर पर खेल के संदर्भ में प्रयुक्त भाषा का प्रयोग किया जाता है– "भारत की टीम ने न्यूजीलैंड को उसी की धरती पर पटखनी दी", "भारतीय टीम ने इंग्लैण्ड की टीम को धराशायी किया।"

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

मीडिया के जरिए अति-आधुनिक सोच का विस्तार हो रहा है। भाषा को विस्तार देने वाले सहयोगी तत्त्व हमारे मन-मस्तिष्क को अधिक झकझोरते हैं। फिल्में इसका उदाहरण हो सकती हैं। क्योंकि मानव मन पर इनका गहरा प्रभाव पड़ता है। फिल्मों में जहाँ एक ओर विज्ञान और कला-संगीत का अद्‌भुत समावेश है वहीं मनुष्य के हृदय और मस्तिष्क को उद्वेलित करने की शक्ति भी रखती है।

वास्तव में जन-जागरण पर अमिट छाप छोड़ने का प्रभाव फिल्मों में ही है। यह ऐसा प्रभावशाली माध्यम है जिसने सभी वर्ग, जाति और उम्र के लोगों को न केवल एक साथ कर दिया है बल्कि उनके हृदयों में एक झंकार सी पैदा कर दी है। राष्ट्रीय हित के प्रश्नों को जन-जन तक पहुँचाना और जाग्रत करने का प्रयास फिल्मों के माध्यम से प्रभावशाली ढंग से होता है। राष्ट्रीय एकता, सांप्रदायिक एकता, क्षेत्रवाद, नारी जागरण जैसे गंभीर मुद्दों पर समाज को सचेत करने का कार्य फिल्मों से बेहतर कोई दूसरा माध्यम नहीं करता है। भारत में 'राजा हरिशचन्द्र' तथा 'आलम आरा' से लेकर अब तक कई तरह के पड़ावों को पार करती आज तक बनने वाली फिल्मों तक की मंजिलें तय की हैं। इस संचार माध्यम में यथार्थ और फैन्टेसी को मिलाकर हिन्दी फिल्मों को एक ऐसे मुकाम पर पहुँचा दिया है जहाँ वह फिर देश में ही नहीं विदेशों में भी 'जय हो' का नारा बुलंद कर रही है। ऑस्कर जैसे पुरस्कार अब सपने की चीज़ नहीं रह गया है फिल्मों ने हिन्दी की स्थिति को विश्व-स्तर पर मजबूत किया है। अंतर्राष्ट्रीय बाज़ार में बॉलीवुड का भी वही स्थान है जो हॉलीवुड का। फिल्म संबंधी कई पत्रिकाएँ भी निकलती हैं जो फिल्मी जगत् पर प्रकाश डालती हैं। 'मुगले आज़म', 'मदर इण्डिया', 'गाइड', 'जिस देश में गंगा बहती है', 'शोले', 'लगान', 'चाँदनी', 'वीर ज़ारा' आदि स्मरणीय हिन्दी फिल्में हैं।

हिन्दी के प्रचार-प्रसार में हिन्दी फिल्मों की महत्त्वपूर्ण भूमिका रही है। यह फिल्में सिर्फ हिन्दी भाषी क्षेत्रों तक सीमित न रहकर पूरे विश्व में अपना विस्तार ही नहीं कर रही हैं बल्कि इन संचार-माध्यमों से हिन्दी सर्वव्यापी

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

होकर विदेशों में भी अपना अस्तित्व बनाने लगी है। तभी तो यहाँ के प्रोड्यूसर अपनी फिल्मों को वहाँ रिलीज़ कर रहे हैं। विश्व पटल पर हिन्दी भाषा कई माध्यमों से गहरा रिश्ता जोड़ती जा रही है। संचार माध्यमों के लिए 'इंटरनेंट' इलैक्ट्रॉनिक के चरम उत्कर्ष का चरण है। आगमी सदी साइबर स्पेस का युग है। जिसमें पूर्व के सभी माध्यमों के प्रतिरूप वास्तविक रूप में कम्प्यूटर के स्क्रीन पर उतर चुके हैं। इन्टरनेट दुनिया भर में फैले कम्प्यूटरों का एक विशाल संजाल है जिनमें ज्ञान, सूचनाएँ, भौगोलिक एवम् राजनैतिक गतिविधियाँ, खेल आदि सभी धाराओं में अपना अस्तित्व बनाये हुए हैं। इन्टरनेट पर अब हिन्दी भाषा का भी प्रयोग होने लगा है। हिन्दी की लोकप्रियता को भुनाने के लिए माइक्रोसॉफ्ट कंपनियाँ ऐसे सॉफ्टवेयर बनाने लगी हैं जो सिर्फ हिन्दी के विकास में सहायक ही नही हो रहे बल्कि उसे समृद्ध भी बना रहे हैं। इनटरनेट पर नागरी लिपि का प्रयोग हिन्दी के लिए एक चुनौती रही है। लेकिन इंटरनेट की दुनिया में 'वेबदुनिया' डॉट कॉम लि. ने हिन्दी की क्षमता के दर्शन हुए। वेबदुनिया के इस कार्यक्रम में मेल, चैट, खोज आदि भी सम्मिलित किए जा रहे हैं। विश्वभर में हिन्दी का एक ऐसा वातावरण तैयार हो रहा है। आवश्यकता है भारतीय हिन्दी केन्द्रों, संस्थानों के द्वारा योजनाबद्ध और सही ढंग से हिन्दी साहित्य को इंटरनेट पर प्रसारित किया जाए। इस क्रम में केन्द्रीय हिन्दी निदेशालय और भारतीय इलैक्ट्रॉनिक अनुसंधान और विकास केन्द्र द्वारा भारत की 14 भाषाओं का 'भारतीय कोश' नेट पर तैयार हो रहा है। 'ब्लाग' पर लोगों ने खुलकर अपनी राय देनी शुरू कर दी है। यह मल्टीमीडिया की दृष्टि से महत्त्वपूर्ण है। इंटरनेट से जुड़कर अब ई-मेल, टेलीनेट, ई-कॉमार्स, ई-एजुकेशन, टेलीमेडिसन, साइबर कैफे के माध्यम से हिन्दी का विकास ही नहीं उसका आधुनिकीकरण हो रहा है।

नि:संदेह भारतीय सामाजिक, सांस्कृतिक संदर्भ में मीडिया जिस प्रकार भाषा का विकास कर रही है उस पर भी यह दायित्व है कि भाषा की गरिमा को बनाए रखे। मीडिया की भाषा में भी कहीं न कहीं जन-जीवन की बोलचाल की भाषा का प्रयोग होना चाहिए। यह ठीक है कि विश्व-स्तरीय

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

दबाव के कारण ब्राण्ड बनकर हिन्दी नए तेवर के साथ आगे बढ़ रही है। हिन्दी को राष्ट्रभाषा के रूप में मानने वालों के अलग-अलग मत हो सकते हैं लेकिन वह मीडिया मालिकों के आर्थिक मुनाफे की भाषा बन गयी है। इससे अन्य लोगों के साथ ही सभी साहित्यकार भी एकमत हैं। भारतेन्दु की हिन्दी को एक बार फिर नयी चाल में ढालने की कोशिश हो रही है। इस बार यह कार्य साहित्य नहीं बाज़ार कर रहा है।

रीडर, हिन्दी विभाग

अलीगढ़ मुस्लिमविश्वविद्यालय, अलीगढ

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

जनसंचार माध्यम : हिन्दी की प्रयोजनीयता

डॉ० रेशमा बेगम

जन-जन में भावों और विचारों की अर्थपूर्ण अभिव्यक्ति ही जनसंचार है। जनसंचार का प्रमुख उद्देश्य विचारों एवं भावों की अभिव्यक्ति को मनुष्य समाज में प्रसारित करवाना और उनसे लाभान्वित होना है। जनसंचार के साधनों द्वारा समाज के विभिन्न वर्गों तक बड़े पैमाने पर कुछ विचार, भाव, सूचना या जानकारी को पहुँचाया जाता है। ये विचार, भाव सूचना या जानकारी संचार के क्षेत्र में सार्थक सन्देश माने जाते हैं। जनसंचार माध्यम, भाषा की दशा तय करने और उसे दिशा प्रदान करने में महत्त्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं।

यूँ तो सूचना और संचार का महत्व मानव समाज में तब से ही रहा है जब से उसने सामूहिकता में रहना शुरू किया। फर्क यह है कि आदि मानव जहाँ विभिन्न संकेतों, चिन्हों और ध्वनियों से अपना संचार करता था, वहीं आज के आधुनिक मानव के समक्ष संसार के व्यापक और जटिल माध्यम मौजूद हैं। मानव समाज और सभ्यता के विकास के साथ ही संचार की प्रक्रिया और माध्यमों में भी निरन्तर परिवर्तन आते रहे हैं। प्रोफेसर

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

अलीम का कहना है–"संचार माध्यमों के विकास को मानव समाजों ओर सभ्यताओं के साथ ही अनिवार्यतः जोड़कर देखना होगा।"[1]

मनुष्य अपने जन्म एवं विकास के साथ धीरे-धीरे अनेक जिज्ञासाओं के घेरे में कैद होता जाता है। इस घेरे को तोड़ने के लिए वह निरंतर प्रयत्नशील रहा है। यही प्रयत्न ही उसे नई खोज व नई दिशा देने के लिए प्रेरित करते है। आज मनुष्य के विकास के साथ-साथ जनसंचार का भी विकास होता गया है। आधुनिक मनुष्य विकास के चरम-शिखर पर पहुँचा हुआ है। वर्तमान परिवेश में संचार माध्यम भी विकास के समृद्धतम युग में प्रवेश कर गया है। जिस तत्व के माध्यम से मनुष्य का मनुष्य से सम्बन्ध स्थापित होता है वह तत्व संचार ही है। इसी सम्बन्ध को स्थापित करने में मनुष्य ने विभिन्न संचार मध्यामों का उपयोग किया जिन्हें संचार के माध्यम कहा जाता है।

आज का युग संचार क्रांति का युग है। आज मानव बड़ी ही तीव्रता से नवीन सूचनाएँ प्राप्त कर रहा है कि सूचनाओं को लम्बे समय तक अपनी स्मृति में संजोकर रखना मानव मस्तिष्क के लिए कठिन हो गया है। इसलिए आज दृश्य संचार माध्यमों की भरमार ने मानव जीवन शैली को पूर्णतः आधुनिक स्वरूप प्रदान करते हुए उसे यान्त्रिक बना दिया है, जिसमें टेलीविजन, सिनेमा, इंटरनेट, सी. डी. प्लेयर तथा वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग मुख्य हैं। वस्तुतः यही उपकरण आज हमारी भाषा के विकास में एवं उसकी संप्रेषण समृद्धि में महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर रहे हैं। भाषा को गतिमान बनाने में ये उपकरण पूर्णतः सक्षम हैं।

वर्तमान परिवेश में दृश्य माध्यम जनसंचार के क्षेत्र में एक क्रान्तिकारी परिवर्तन के रूप में स्थापित हो चुके हैं। दृश्य माध्यमों द्वारा प्रयोग की जा रही हिन्दी उत्तरोत्तर समृद्ध होती जा रही है। वर्तमान संदर्भ में भूमण्डलीय अर्थव्यवस्था में, मीडिया को जनसंचार का पर्यायवाची मान लिया गया है। आज मीडिया आधुनिक संचार तकनीकी को अभिव्यक्ति करने में पूर्ण सक्षम है, जिसने हमारी श्रवणन्द्रियों एवं चक्षुरेन्द्रियों दोनों ही को प्रभावित किया है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

प्रो. रमेश जैन का मत है–"मीडिया एक ऐसा माध्यम है जिसका संबंध समाज के सभी वर्गों से है। गत कुछ वर्षों से मीडिया एक सशक्त मध्यम के रूप में उभरकर आया है और उसने जनमानस को नई दिशा देने में उन्हें परिष्कृत करने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।"[2]

आधुनिक युग में मानव सभ्यता का चाहे कितना ही वैज्ञानिक एवं प्रौद्योगिक विकास हो जाए लेकिन अपने विचाारों को प्रकट करने का माध्यम भाषा ही है। भाषा से जुड़े प्रश्नों ने सदैव मानव को अपनी ओर आकृष्ट किया है। वास्तव में यदि भाषा का विवेकपूर्ण ढंग से प्रयोग किया जाये तो यह न केवल रूढ़ियों, कुसंस्कारों व आपसी मतभेदों को खत्म कर सकती है अपितु राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय सद्भावना के लिए भी एक सुदृढ़ माध्यम बन सकती है। दलवीर सिंह का कहना है–"आधुनिक युग में भाषा के सामाजिक स्वरूप को और अधिक समृद्धशाली बनाने के लिए सूचना प्रोद्योगिकी एवं कम्प्यूटीकरण का सर्वाधिक योगदान है। आज वे एक दूसरे के पूरक है।"[3] दृश्य जनसंचार के माध्यमों के द्वारा हिन्दी का विकास आज एक क्रान्तिकारी कदम माना जा रहा है। इसने सम्पूर्ण दुनिया में हिन्दी का प्रचार-प्रसार किया है। इसकी संप्रेषण क्षमता चौकाने वाली है। आज पल भर में पलक झपकते ही हम दुनिया के किसी भाग में अपनी सूचना का आदान-प्रदान इलैक्ट्रानिक यन्त्रों के माध्यमों से आसानी से कर सकते हैं। आज विश्व के समक्ष हम इंटरनेट का दैनिक व व्यवहारिक प्रयोग कर, सरल से सरल शब्द-रचना कर, ई-मेल के माध्यम से करोड़ों उपभोक्ताओं से सम्पक्र स्थापित करते हैं। इस सन्दर्भ में हिन्दी को दुनिया के मानचित्र पर अपना वर्चस्व स्थापित करने में सफलता प्राप्त हुई है, जो हिन्दी साहित्य जगत के लिए अविस्मरणीय इतिहास है। इसके लिए विशेष रूप से टेलीविजन, सिनेमा, कम्प्यूटर, इंटरनेट, रेडियो, मोबाइल, समाचार-पत्र, पत्रिकाओं आदि को श्रेय दिया जाना चाहिए।

वर्तमान युग सूचना का युग है। हमारे चारों ओर सूचना प्रोद्योगिकी

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

जनसंचार के माध्यम से प्रवाहित होती रहती है, जो दृश्य जनसंचार में सहायक सिद्ध होती है। आज दृश्य जनसंचार के माध्यम अत्यन्त उपयोगी और महत्वपूर्ण होते जा रहे हैं, क्योंकि ये आम जनता के बीच पहुँच कर कार्यों में आसानी उपलब्ध कराते हैं। दृश्य जगत में दूरदर्शन का अपना अलग महत्व है। दूरदर्शन पर हम तस्वीर और सूचनाओं के साथ-साथ सम्पूर्ण प्रसंग को नाटकीयता के साथ देखा करते हैं। दूरदर्शन के परदे पर घटनाक्रम को देखना, सूचना की विश्वसनीयता को बढ़ाना है। दृश्य संचार का मानव जीवन पर गहरा असर पड़ा है। चित्रात्मकता, दूरदर्शन समाचार का प्राणतत्व है। जो अभिव्यक्ति हजारों शब्दों के द्वारा व्यक्त नहीं की जा सकती, वही घटना की अभिव्यक्ति हम एक चित्र द्वारा दूरदर्शन पर साकार कर सकते हैं। आधुनिक संचार क्रांति में दूरदर्शन का महत्वपूर्ण स्थान है। यह राष्ट्र के स्वरूप का दर्पण है।

दृश्य माध्यमों में सिनेमा का विकास एक क्रान्तिकारी कदम है। सिनेमा, चित्रों और ध्वनियों के गतिशील प्रवाह होने का बोध है। फिल्म, जनसंचार का कालात्मक साधन है। इस कला के माध्यम से अनेक कलाओं का समावेश होता है—लेखन, अभिनय , संगीत, नृत्य एवं तकनीकी ज्ञान-विज्ञान का समागम एक साथ हो जाता है। सिनेमा, विज्ञान, कला और व्यवसाय के संयोजन का परिणाम है। सिनेमा एक व्यक्तिगत अनुभूति का सामूहिक दृष्टिकोण के रूप में प्रस्तुतिकरण है। सिनेमा केवल एक व्यक्ति की सृजनात्मकता को ही नहीं अपितु एक समूह की सृजनात्मकता को दर्शाता है। सिनेमा की अपनी भाषा होती है। जिसे लिखने और पढ़ने के लिए एक नये दृष्टिकोण की आवश्यकता होती है। यदि यह कहा जाय कि एक चित्र एक हजार शब्द से अधिक प्रभावशाली है तो एक फिल्म एक हजार चित्रों से अधिक प्रभावशाली होती है। निश्चित रूप से फिल्म के दृश्य दर्शकों में उत्तेजना जगाते है। और उसके संवेगों को एक निश्चित दिशा की ओर उन्मुख भी करते हैं। राष्ट्रभाषा के प्रचार-प्रसार में हिन्दी फिल्मों की भूमिका

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

महत्वपूर्ण है। हिन्दी में अन्य भाषाओं की अपेक्षा अधिक फिल्में बनी हैं। हिन्दी के प्रति आस्था भाव जाग्रत करने में फिल्म एक सशक्त माध्यम के रूप में सिद्ध हुआ है। भारतीय संस्कृति के सन्दर्भ में भी फिल्म सर्वाधिक लोकप्रिय और शक्तिशाली संचार माध्यम है। अत: हिन्दी की प्रयोजनीयता में सिनेमा की भूमिका, सिनेमा की प्रयोजनीयता में हिन्दी की भूमिका अन्योन्याश्रित है।

कम्प्यूटर एक इलैक्ट्रॉनिक उपकरण है, जिसमें सूचनाओं का विशाल भंडार निहित रहता है। सूचनाओं की पुनर्प्राप्ति एवं संम्प्रेषण का भाव त्वरित गति से कम्प्यूटर द्वारा ही सम्भव है। डॉ. संजीव कुमार जैन का कहना है–"मानव मस्तिष्क का सर्वाधिक सुसंगठित प्रतिरूप यदि मानव द्वारा निर्मित कोई वस्तु है, तो वह कम्प्यूटर है।"[4] इसके अतिरिक्त वीडियों कॉन्फ्रेंसिंग भी सम्प्रेषण का एक ऐसा माध्यम है जिसके द्वारा अलग-अलग स्थानों पर उपस्थित लोगों से 'वास्तविक सभा' की भाँति हम सम्प्रेषण करते हैं। इसके द्वारा न केवल सन्देशों को ही प्रेषित किया जाता है अपितु एक दूसरे से सजीव वार्तालाप भी हो जाती है। यह सुविधा कई लाभों के कारण लोकप्रिय हो रही है। भारत के लगभग सभी जिलों में यह सुविधा उपलब्ध है। शिक्षा जगत में तो इसका महत्व और अधिक हो जाता है। इसके माध्यम से न केवल हम अप्रत्यक्ष व्यक्ति से बातचीत करते हैं, अपितु उसकी देह भाषा से भी परिचित हो जाते हैं। इसके अतिरिक्त इलैक्ट्रानिक मेल/ई-मेल तथा फैक्स भी संचार माध्यमों में से हैं जिसके द्वारा महत्वपूर्ण दस्तावेजों को व सूचनाओं को बिना विलम्ब किये आसानी से इच्छित व्यक्ति तक पहुँचाया जा सकता है।

वर्तमान में इंटरनेट, कम्प्यूटर की दुनिया में सबसे लोकप्रिय नाम है इंटरनेट द्वारा उपभोक्ता की समस्त आवश्यकताओं को पूरा किया जाता है। जिसके कारण आज यह सर्वाधिक लोकप्रिय हो गया है। देखते ही देखते यह एक ऐसा भंडार बन गया है कि जो कुछ दुनिया में है, वह सब इंटरनेट में

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

मौजूद है। राजनीति, विज्ञान, कला और खेल किसी भी क्षेत्र की सूचना इंटरनेट में है। यहाँ तक कि किसी विशाल पुस्तकालय की सूचना भी इस पर उपलब्ध हो जाती है। मनोरंजन के साधनों की सुगमता भी इसमें निहित है। आज अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर भी हिन्दी भाषी, इंटरनेट का प्रयोग कर, प्रगति के सोपानों पर चढ़ने लगे हैं। चूंकि भारत एक बहुभाषी देश है और हिन्दी हमारी राष्ट्रभाषा है इसलिए भारत में बढ़ते हुए व्यापार और विकास की दर को देखते हुए यह आवश्यक हो गया है कि लोगों को उनकी भाषा में सूचना व सामग्री प्रदान की जाये। यह काम आज हिन्दी में सुगमता से सम्भव हो गया है।

अतः जनसंचार माध्यमों में हिन्दी रूपेण से कम्प्यूटर और इंटरनेट प्रोद्योगिकी में समर्थ होकर प्रयोग में लाई जा रही है। सम्पूर्ण भारत में सूचना प्रोद्योगिकी के क्षेत्र में हिन्दी ने अपनी अमिट छाप भी अंकित कर ली है। साथ ही कम्प्यूटर एवं इंटरनेट प्रयोगकर्ताओं को अपनी गिरफ्त में लेकर अपना जादू चला दिया है। वास्तव में यह हिन्दी भाषा के विकास का स्वर्णिम सोपान है कि समूचे भूमण्डल में हिन्दी पढ़ी जा सकती है। देखा जाए तो आज संचार माध्यम, मानव जीवन की आवश्यकता बनते जा रहे हैं फिर चाहे श्रव्य माध्यम हो अथवा दृश्य। सूचना के साथ-साथ देश-विदेश की संस्कृति, कला, साहित्य, जनचेतना आदि की वास्तविकता का बोध दृश्य संचार माध्यमों के द्वारा सम्भव हो गया है।

निश्चित रूप से आज हिन्दी की सूझ-बूझ ने उसका जुड़ाव परिवार, समाज व देश के सामान्य जन तक बनाये रखा है। हिन्दी संस्कृतनिष्ठ होकर भी लोकनिष्ठ है। यह लोकनिष्ठता ही उसके प्रचार-प्रसार का सम्बल है। विनोद गोदरे का कथन है-"स्वतंत्रता के बाद हिन्दी भाषा का प्रयोग राजभाषा तथा प्रयोजनमूलक हिन्दी आदि के रूप में निरन्तर प्रवाहशील है।"[5] आज हिन्दी जिस प्रकार सम्पर्क भाषा के रूप में अपना स्थान बनाती दीख रही है, वह शुभ संकेत है। हिन्दी के इस सामाजिक जुड़ाव का श्रेय इन सीधे-सीधे

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

संचार माध्यमों को दे सकते हैं। संचार माध्यमों ने हिन्दी की सहजता को और उसके सामाजिक सरोकार को टूटने नहीं दिया है। बल्कि यदि यह कहा जाये कि हिन्दी और संचार माध्यमों का परस्पर सम्बन्ध ठीक वैसा ही है जैसे गाड़ी को चलाने वाले दो बैलों का होता है, उचित होगा। यदि संचार के संवाहक का माध्यम हिन्दी है तो हिन्दी का संवाहक संचार माध्यम।

अन्ततः मैं यही कहना चाहूँगी कि किसी भी देश की अभिव्यक्ति और उसकी पहचान उसकी भाषा होती है। भाषा के बिना देश का विकास असम्भव है। भाषा विहीन राष्ट्र का अपना कोई अर्थ नहीं है। राष्ट्रभाषा, राष्ट्रचेतना की प्रतीक होती है। अतीत के घन्टों और नगाड़ों की ध्वनियों से लेकर वर्तमान कम्प्यूटर और इंटरनेट तक संचार के विभिन्न माध्यमों में हिन्दी भाषा विविध रूपों में विकसित हुई है। संचार क्रान्ति और भूमण्डलीकरण के युग में देश के जनसंचार माध्यमों में राष्ट्रभाषा की महत्ता दिन प्रतिदिन बढ़ती जा रही है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

सन्दर्भ

1. अभिनव भारती : अलीगढ़, 2008, पृ. 345
2. मीडिया कानून एवं सूचना की स्वतंत्रता : पृ. 339, मंगलदीप पब्लिकेशन्स, जयपुर, 2004
3. नागरी संगमः नागरी लिपि परिषद, नयी दिल्ली; दिसम्बर 2008; पृ. 43
4. डॉ. संजीव कुमार जैन : मीडिया लेखन एवं जनसंचार, पृ. 30
5. प्रयोजनमूलक हिन्दी, विनोद गोदरे : पृ. 201, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली,1991

रीडर हिन्दी विभाग
वीमेन्स कॉलेज
अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय
अलीगढ़ (उ. प्र.)

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

हिन्दी एवं नवसंचार

–रूबी ज़ुत्शी

हिन्दी–भारोपीय परिवार के शत्म वर्ग के आर्यशाखा या भारत ईरानी शाखा की तीसरी उपशाखा भारतीय आर्य भाषा के दूसरे वर्ग मध्य भारतीय आर्य भाषा जिसको प्राकृत काल भी कहते हैं की अन्तिम भाषा अपभ्रंश (500 से 1000 तक) है। शौरसेनी अपभ्रंश और उर्द्धमागधी अपभ्रंश से ही आधुनिक भारतीय आर्य भाषाओं जैसे सिंधी, लहँदा, पंजाबी, हिन्दी, गुजराती, मराठी, बँगला, असमी, उड़िया आदि को जन्म मिला। उदाहरण के तौर पर डॉ. धीरेन्द्र वर्मा हिन्दी के जन्म के विषय में लिखते हैं– "1000 ई. के बाद मध्यकालीन भारतीय आर्य भाषा के अन्तिम रूप अपभ्रंश भाषाओं ने धीरे-धीरे बदलकर आधुनिक भारतीय आर्य भाषाओं का रूप ग्रहण कर लिया और गंगा की घाटी में प्रयाग या काशी तक बोली जाने वाली शौरसैनी और अर्द्धमागधी अपभ्रंशों ने हिन्दी भाषा के समस्त प्रधान रूपों को जन्म दिया।"[1] (भाषा विज्ञान: अनुशीलन: डॉ. जयप्रकाश नारायण त्रिपाठी: प्रकाशन वर्ष: सन् 1996 प्रकाश: वाणी मंदिर, नई सड़क, वाराणसी)

विकास की दृष्टि से हिन्दी का आदिकाल, मध्यकाल, आधुनिक काल के होते ही बीसवीं सदी प्रारम्भ होते ही गद्य और पद्य दोनों की ही एक मात्र साहित्यिक भाषा हो गयी। बीसवीं सदी के दूसरे दशक में ही प्रौढ़ हो गई,

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

उच्चकोटि की साहित्यिक रचनाएँ आरम्भ हो गयीं। भारतेन्दु मण्डल, द्विवेदी युगीन साहित्यकारों तथा छायावादी कवियों ने इसे पूर्ण साहित्यिकता प्रदान की।

अतः आधुनिक काल ने हिन्दी के विकास में क्रांतिकारी परिवर्तन लाया। इन वर्षों में साहित्य, पत्रकारिता, अध्ययन-अध्यापन, शोध, राजकार्य आदि के क्षेत्र में प्रगति हुई। हिन्दी भाषियों एवं अहिन्दी भाषाओं ने भी हिन्दी के विकास में अपनी अहम् भूमिका निभाई है। गद्य के नवीन विधाओं में पत्र-पत्रिकाओं के द्वारा की गई हिन्दी सेवा महत्त्वपूर्ण योगदान है। भारत में पत्रकारिता का जन्म बहुत सामान्य स्तर पर हुआ था लेकिन वर्तमान में यह विधा सशक्त और प्रगतिशील हो चुकी है। आज पत्रकारिता के अनेक स्वरूप एवं क्षेत्र हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के फलस्वरूप पत्रकारिता के क्षेत्र में नई क्रांति का उदय हुआ है। जिससे आज की पत्रकारिता बहुआयामी हो चुकी है। देखा जाऐ तो भाषा और माध्यमों का रिश्ता चोली दामन का है किसी भी भाषा के विकास में माध्यमों का बड़ा योगदान होता है। इस सत्य से कोई अपरिचित नहीं है कि जिन भाषाओं ने लिखने के माध्यम का प्रयोग नहीं किया केवल मौखिक ही रही वह धीरे-धीरे लुप्त हो गई इसके विपरीत जिन भाषाओं ने लिखने के माध्यम का प्रयोग किया वह मिट कर भी नहीं मिटी उदाहरण के तौर पर ब्राह्मी।

आधुनिक युग में हमारे पास कई सारे माध्यम है जिनको प्रयोग में लाकर हमने हिन्दी के प्रचार-प्रसार में अधिकाधिक उन्नति की है जैसे समाचार पत्र, रेडियो, टी.वी., इंटरनेट/कम्प्यूटर, मोबाईल फोन, फिल्में, लघु चित्र एवं फैक्स आदि।

'समाचार पत्र' पिछले दो शताब्दियों से एक महत्त्वपूर्ण संचार माध्यम के रूप में पूरे जगत में छाये हुए है। यह पत्र विभिन्न क्षेत्रों जैसे राजनीति, कूटनीति, विज्ञान, शिक्षा, फिल्म, खेल और भाषा आदि के प्रचार-प्रसार में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। 'रेजिस्ट्रार ऑफ न्यूज़ पेपरिस ऑफ इण्डिया' के अनुसार भारत में बाईस प्रमुख भाषाओं (जो संविधान के आठवें सूची में

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

सम्मानित है तथा अंग्रेजी में और सौ अन्य जिसमें कुछ विदेशी भाषाएं भी शामिल हैं में समाचार पत्र छपते हैं किन्तु सबसे ज़्यादा समाचार पत्र हिन्दी भाषा में ही प्रकाशित होते हैं जिनकी संख्या चार हज़ार एक सौ इकत्तीस (4131) बताई जाती है। हिन्दी समाचार पत्रों के पाठकों की संख्या भी सबसे ज़्यादा है, इससे यह बात स्पष्ट हो जाती है कि हिन्दी की वृद्धि के लिए सामान्य समाचार पत्र एक महत्त्वपूर्ण योगदान है। दैनिक जागरण, अमर उजाला, पंजाब केसरी और आज आदि पत्रों ने हिन्दी के प्रचार-प्रसार में एक नई जान दी। आजकल उत्तरी भारत के तकरीबन सभी प्रमुख शहरों से हिन्दी के दैनिक प्रकाशित हो रहे हैं जैसे जालन्धर से पंजाब केसरी, जम्मू से दैनिक कश्मीर टाइमज़, अमर उजाला, दैनिक जागरण (जम्मू-कश्मीर, पंजाब, दिल्ली, उत्तरप्रदेश, मध्यप्रदेश, हरियाणा, उत्तराखंड, बिहार, झारखंड, हिमाचल प्रदेश और पश्चिमी बंगाल से प्रकाशित होता है और उत्तर प्रदेश के भिन्न शहरों से 'आज'। रजिस्ट्रार ऑफ न्यूज़ पेपर ऑफ इण्डिया ने अब तक कई हिन्दी पत्रों, लघु पत्रों के शीर्षकों को पंजीकृत किया है।

सरकार की ओर से चलाए गए कार्यक्रमों जैसे प्रौढ़ शिक्षा एवं सर्वशिक्षा अभियान के फलस्वरूप हिन्दी लिखने पढ़ने वालों की संख्या में काफी वृद्धि हुई है। हिन्दी लिखने-पढ़ने वालों की संख्या में और वृद्धि करने के लिए सामान्य समाचार पत्र एक महत्त्वपूर्ण योगदान दे रहे हैं। इस लाभान्वित योगदान को बढ़ाने के लिए और ज़्यादा समाचार पत्रों की आवश्यकता है। हिन्दी यद्यपि बहुत सारे प्रदेशों विशेषकर उत्तरप्रदेश, दिल्ली, हरियाणा, पंजाब, राजस्थान, बिहार, छत्तीसगढ़, मध्यप्रदेश से बड़ी संख्या में छपते हैं किन्तु तमिलनाडू, आन्ध्रप्रदेश, कर्नाटक, केरला, पश्चिमी बंगाल, आसाम, त्रिपुरा और जम्मू कश्मीर में बहुत ही कम मात्रा में हिन्दी के दैनिक तथा अन्य पत्र प्रकाशित होते हैं। किन्तु अगर इन क्षेत्रों में भी हिन्दी समाचार पत्र अच्छी मात्रा में प्रकाशित होंगे तो हिन्दी के प्रचार-प्रसार में चार चाँद लग जायेंगे।

हमें इस बात को भी नहीं भूलना चाहिए कि अहिन्दी क्षेत्र होने के

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

बावजूद भी (1856-1886) में कश्मीर में रणवीर समाचार (हिन्दी पत्रिका) तथा कश्यप (हिन्दी मासिक नेशनल) का प्रकाशन आरम्भ हुआ या फिर कुछ कारणों से बन्द हुआ।

रेडियो :- आकाशवाणी के स्टेशन समस्त भारत में फैले हुए हैं। इसके प्रकाशित आंकड़ों के अनुसार रेडियो की पहुँच लगभग 99% प्रतिशत है। यह रेडियो स्टेशन चाहे प्राईमरी चैनल, युवा वाणी या एफ.एम. स्टेशन हो। यह स्टेशन अधिकतर कार्यक्रम एवं समाचार क्षेत्रीय भाषाओं में ही प्रसारित करते हैं किन्तु नियमित रूप से कई स्टेशन आकाशवाणी दिल्ली केन्द्र से हिन्दी के बहुत से कार्यक्रम-करैंट अफेयर्स (Current Affairs) तथा हिन्दी समाचार प्रसारित करते हैं। रेडियो एक माध्यम है इसमें अशिक्षित वर्ग जिनकी संख्या भारतवर्ष में बहुत है भी इसको चैन से सुन सकते हैं और समझ सकते हैं। हिन्दीत्तर क्षेत्रों में आकाशवाणी के क्षेत्रीय स्टेशनों ने हिन्दी के प्रचार-प्रसार में एक अहम् भूमिका निभाई है। इन स्टेशनों पर कहीं ऐसे कार्यक्रम प्रसारित होते हैं जिससे इन क्षेत्रों के कविगणों तथा लेखकों को अपनी प्रतिभा दिखाने का अवसर मिलता है। उदाहरण के लिए श्रीनगर आकाशवाणी में विविधा कार्यक्रम हो रहा है। इसके अतिरिक्त आकाशवाणी के अधिकांश कार्यालय अपना पत्राचार हिन्दी में करते हैं। केन्द्रीय सरकार ने लगभग हर एक आकाशवाणी केन्द्र में एक हिन्दी अधिकारी नियुक्त किया है। जो हर एक केन्द्र में कर्मचारियों में हिन्दी का प्रचार-प्रसार करता है और इन कर्मचारियों में प्रोग्रामिंग विभाग के अधिकारी भी होते हैं। कार्यक्रम बनते समय हिन्दी का प्रयोग करते हैं इससे हिन्दी के विस्तार में सहायता मिली है। इसके अतिरिक्त आकाशवाणी के अन्य प्रसारण सेवाएं युवावाणी, विविध भारती तथा एफ.एम. जो कि पूरे भारतवर्ष में सुने जाते हैं के अधिकांश कार्यक्रम हिन्दी में होते हैं। इन कार्यक्रमों में हिन्दी फिल्मी गीत, शास्त्रीय संगीत, हिन्दी फिल्में, नाटक, चुटकुले आदि से प्रचार-प्रसार हो रहा है और विकास में सहायक सिद्ध हुए हैं। **रेडियो** एक जीवन्त माध्यम है इस पर बोला हुआ शब्द एक ज़िन्दा शब्द है। इस विशेषता के कारण

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

रेडियो न सिर्फ पढ़े-लिखे लोग सुन सकते हैं बल्कि अशिक्षित श्रोता भी भावविभोर होते हैं।

दूरदर्शनः– भारत में टी.वी. का आरम्भ साठ-सत्तर की दशक में Site नामक केन्द्रीय कार्यक्रम से शुरू हुआ है। इस कार्यक्रम का आयोजन दिल्ली के पास के गाँव में किया गया। इसकी सफलता के फलस्वरूप ही केन्द्रीय सरकार के (सन् 1973) सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय ने देश में दिल्ली सहित सात शहरों में दूरदर्शन (Black & White) की सेवाएं आरम्भ की। सन् 1982 में दिल्ली के ऐशियन ग्रेमज़ (Asian Grames) के साथ भारत में रंगीन टी.वी. का प्रारम्भ हुआ। कुछ ही समय में दूरदर्शन को उस समय एक मात्र चैनल थी के कार्यक्रमों में बड़े स्तर पर बढ़ोत्तरी हुई। रामायण और महाभारत इतने लोकप्रिय टी.वी. धारावाहिक बने कि उन्होंने दृश्यगणों में विश्व (record) अभिलेख स्थापित किया।

सन् 1980 में भारत के मध्यवर्गीय जनता ने बड़ी संख्या में टेलीविजन सैंटस खरीदे। दूरदर्शन के कार्यक्रम अपनी चरम सीमा तक पहुँच गए। तभी केन्द्रीय सरकार ने डी.डी.-2 का आरम्भ किया। सन् 1990 में आर्थिक सुधारों के चलते सूचना एवं प्रसारण क्षेत्र को निजी हाथों में देने का निर्णय लिया गया। देखते ही देखते विदेशी तथा देशी उद्योग ने मीडिया में रूचि लेना आरम्भ किया जिसका सीधा-सीधा फायदा टेलीविजन को हुआ और कई चैनल स्थापित हो गए। आज की तिथि में लगभग एक हज़ार चैनल भारत में काम करते हैं जिनमें लगभग सौ के आसपास हिन्दी चैनलज़ हैं इसमें हिन्दी फिल्म चैनल, न्यूज़ चैनल, हास्य चैनल, पारिवारिक चैनल, विज्ञान चैनल आदि शामिल हैं। दूरदर्शन के कार्यक्रम भारत के अधिकांश क्षेत्रों में देखे जाते हैं। यद्यपि कई क्षेत्र ऐसे हैं जिनमें हिन्दी नहीं बोली जाती है चूँकि दूरदर्शन पर दिखाए जाने वाले अधिकांश कार्यक्रम हिन्दी में प्रसारित होते हैं। इसका सीधा-सीधा फायदा हिन्दी भाषा के प्रचार-प्रसार को हुआ और अहिन्दी भाषी क्षेत्रों में एक बड़े स्तर पर हिन्दी धीरे-धीरे फैलनी आरम्भ हो गई। आज की तिथि में भी हिन्दी के पारिवारिक चैनल जैसे स्टर प्लस,

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

कलर, जी.टी.वी., सोनी आदि जैसे पारिवारिक चैनलों की भरमार है तथा देश में ही नहीं विदेश में भी लोकप्रिय हैं। इसी तरह हिन्दी चैनलों से भी हिन्दी का पोषण तथा विस्तार हो रहा है।

कम्प्यूटर/इन्टरनेट :– आज के युग में इन्फारमेशन टैक्नॉलजी का बोलबाला है। इस नई टैक्नॉलाजी से हिन्दी भी लाभान्वित हो रही है। गूगल, याहू जैसे अन्तर्राष्ट्रीय कंपनियों ने भी हिन्दी भाषा में संदेश इत्यादि भेजने की व्यवस्था शुरू की है। हिन्दी के वैबसाइट भी शुरू किए गए हैं जिससे विश्व के किसी भी कोने में बैठकर हिन्दी के समाचार पत्र, लायब्रेरी तक पाठक की पहुँच बढ़ गई है इससे हिन्दी के स्तर में अधिक से अधिक बढ़ोत्तरी हो रही है।

अतः कुल मिलाकर हिन्दी आधुनिक माध्यमों के द्वारा और विकसित तथा लोकप्रिय हो रही है और जो हिन्दी व्याकरणीय समस्याओं एवं जिस साहित्य का संबंध केवल रसान्वेषण से रसनिष्पति तक था उसका स्वरूप बदल गया। अब वह केवल कविता, कहानी–उपन्यास अथवा नाटक जैसी ललित या समीक्षापरक विधाओं में साहित्यिक अभिप्रायों को व्यक्त करने का ही माध्यम नहीं रही, बल्कि प्रशासन, विधान, न्याय शिक्षा तथा पत्रकारिता आदि विभिन्न क्षेत्रों की अभिव्यक्ति का माध्यम बन गई। वर्तमान युग में हिन्दी केवल मात्र सौन्दयमूलक लक्ष्य की साधिका नहीं रही किन्तु जीवन जीविकोपार्जन का साधन अथवा सेवा–माध्यम (सर्विस टूल) भी बन गई (प्रयोजनमूलक हिन्दी–विनोद गोदरे के संदर्भ में)।

इस बात में कोई संदेह नहीं है कि वर्तमान में गत कुछ दशकों की तुलना में हिन्दी का प्रभाव क्षेत्र बढ़ा है। इसमें संचार माध्यमों (मीडिया) की महत्त्वपूर्ण भूमिका रही है। स्टार स्पोर्टस चैनल ने जिस प्रकार एक दिवसीय क्रिकेट मैचों में हिन्दी कमेण्टरी प्रस्तुत करके एक सराहनीय कदम उठाया उसी प्रकार अन्य टी.वी. चैनलों को भी हिन्दी का प्रचार–प्रसार करना चाहिए। दैनिक, साप्ताहिक, मासिक आदि समाचार पत्रों का विशेष योगदान तो है ही किन्तु अगर वह विज्ञापनों को कम करके साहित्य पर ज़ोर देते तो

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

इससे ज़्यादा अच्छा होता वरना कभी-कभी ऐसा भी लगता है कि केवल यह भाषा के रूप में ही ज़िन्दा रहेगी और साहित्य धीरे-धीरे लुप्त हो जाएगा। उदाहरण के लिए--कमलेश्वर जो एक प्रख्यात लेखक एवं प्रमुख स्तंभकार थे ने सच ही कहा है कि मीडिया साहित्य का कभी मुकाबला नहीं कर सकती है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

साहित्यिक पत्रकारिता और हिन्दी

—उषा महाजन

हिन्दी पत्रकारिता और साहित्य का अपने जन्मकाल से ही चोली-दामन का साथ रहा है। दरअसल हमारे यहां मान्यता यह रही है कि पत्रकारिता का ताल्लुक सिर्फ समाचारों के संप्रेषण थे ही नहीं है, यह देशकाल की सभ्यता-संस्कृति, साहित्य और विचारों की अभिव्यक्ति से सामाजिक जीवन में क्रांतिकारी परिवर्तन लाने का भी माध्यम है।

हिन्दी पत्रकारिता के 183 वर्षों के इतिहास को पांच भागों में बांटा जा सकता है:

1. प्रारम्भिक काल
2. भारतेन्दु काल
3. मालवीय काल
4. गाँधी काल
5. वर्तमान काल (आजादी से लेकर आज तक)

दरअसल यह जानना ही बड़ा ही रोचक है कि किस तरह हमारे यहां पत्रकारिता ने हिंदी भाषा एवं साहित्य के विकास में सीढ़ी दर सीढ़ी अपना योगदान किया।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

प्रारंभिक काल

30 मई सन् 1826 को, हिन्दी का पहला पत्र 'उदत्त मार्तण्ड' साप्ताहिक कलकत्ता से पं. युगल किशोर सुकुल के संपादन में निकला। दुर्भाग्यवश अंग्रेजी हुकूमत की कुदृष्टि के चलते यह 4 दिसम्बर 1827 को बंद हो गया है। इसके बाद 10 मई, 1829 को कलकत्ता से ही एक और साप्ताहिक 'बंगदूत' प्रकाशित होने लगा, जो हिन्दी और बांग्ला दोनों में छपता था।

उत्तर प्रदेश से निकलने वाला पहला हिन्दी पत्र था 'बनारस अखबार' साप्ताहिक, जिसे बनारस के राजा शिवप्रसाद सितारे हिन्द ने जनवरी 1854 में निकालना शुरू किया। इसकी भाषा उर्दू-फारसी मिश्रित हिन्दी थी। इसके पांच साल बाद, सन् 1850 में बनारस से ही एक और साप्ताहिक निकलना शुरू हुआ-'सुधाकर' भाषा की दृष्टि से 'सुधाकर' ही हिन्दी का पहला पत्र कहा जाना चाहिए। सन् 1848 में इन्दौर से 'मालवा अखबार', 1855 में आगरा ने 'बंद्धि प्रकाश' और ग्वालियर से 'जयाजी प्रताप' निकले। 19वीं शताब्दी के अंतिम चरण में कलकत्ता से सन् 1878 में 'भारत मित्र', 1879 में 'सार सुधानिधि' और 1880 में 'उचित वक्ता' निकले, जिन्हें हिन्दी भाषा और साहित्य के विकास की पहली सीढ़ी कहा जा सकता हे। कालान्तर में 'भारत मित्र' में महात्मा गांधी, देशबन्धु चितरंजनदास आदि के लेख भी छपा करते थे और यह गांधी के असहयोग-आन्दोलन का प्रबल समर्थक बना।

भारतेन्दु काल

भारतेन्दु काल की पत्रकारिता के बारे में उक्ति है कि 'यह पत्रकारिता का साहित्य' है। सन् 1868 से भारतेन्दु काल की पत्रकारिता का आरम्भ होता है। इसी वर्ष भारतेन्दुजी ने 'कवि वचन सुधा' मासिक का प्रकाशन शुरू किया और 1873 में 'हरिशचन्द्र मैगजीन' निकली। बाद में 'हरिशचन्द्र मैगजीन' को 'हरिशचन्द्र चन्द्रिका' नाम से निकाला गया और सन् 1884 में 'नवोदित हरिशचन्द्र चंद्रिका' का प्रकाशन शुरू हुआ। सन् 1874 में उन्होंने महिलाओं के लिए 'बालाबोधिनी' नाम की पत्रिका भी निकाली। ये पत्रिकाएं

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

पूरे देश में प्रसारित होती थी। इस काल के प्रतिनिधि रचनाकारों में भारतेन्दुजी के अलावा पं बालकृष्ण भट्ट, चौधरीनारायण और पं प्रतापनारायण मिश्र जैसे साहित्यकार और संपादक थे। इसी काल में हिन्दी भाषा और साहित्य के विकास का नया अध्याय शुरू हुआ। 'कवि वचन सुधा' मासिक में प्रसिद्ध कवियों की कविताएं छपती थी। इसके माध्यम से भारतेन्दु हिन्दुस्तानी जनता को कविता की परंपरा से परिचित कराने के लिए इसमें जायसी के 'पद्मावत' के अंश, कबीर की 'साखी' और बिहारी के दोहे आदि भी दिया करते थे। 'कवि वचन सुधा' शीघ्र ही मासिक से पाक्षिक हो गई और इसमें पद्य के साथ-साथ राज्य का भी समावेश हुआ। सन् 1875 में यह साप्ताहिक हो गई और इसमें और भी विषयों का समावेश किया जाने लगा। भारतेन्दु काल की पत्रिकाओं के जरिए ही आधुनिक हिन्दी-गद्य का विकास हुआ। भारतेन्दु देश में साहित्यिक और सांस्कृतिक नव जागरण द्वारा एक नई क्रांति लाना चाहते थे। वे सच्चे अर्थों में एक युगद्रष्टा-साहित्यकार और पत्रकार थे।

बाद के समय में, भारतेन्दु से प्रेरित होकर भी देश भर के अलग-अलग स्थानों से अनेक पत्र-पत्रिकाएं निकलनी शुरू हुई, जिनमें प्रमुख थी-केशव भट्ट के संपादन में निकली 'बिहार बंधु,' लाला श्री निवास दास के संपादन में इलाहबाद से निकली 'सदादर्श', पं. बालकृष्ण भट्ट के संपादन में इलाहबाद से निकली 'हिन्दी प्रवीण', पं. प्रताप नारायण मिश्र संपादित कानपुर से प्रकाशित 'ब्राह्मण' श्री रामकृष्ण वर्मा के संपादन में बनारस से निकलने वाला 'भारत जीवन' और वृंदावन से श्री राधाचरण गोस्वामी के संपादन में प्रकाशित 'भारतेन्दु'। कलकत्ता से 'भारत मित्र' तो निकल ही रहा था।

पं. बालकृष्ण भट्ट ने सितम्बर 1877 तके 'हिन्दी प्रदीप' का प्रकाशन शुरू किया। पत्रकारिता और हिन्दी साहित्य दोनों के इतिहास में 'हिन्दी प्रदीप' का बहुत महत्व है। पं. बालकृष्ण भट्ट को आधुनिक हिन्दी निबंध का जनक माना जाता है। 'हिन्दी प्रदीप' के संपादक के रूप में भट्ट जी ने साहित्य की विभिन्न विधाओं को इसमें स्थान दिया। 'हिन्दी प्रदीप' में जाने वाली सामग्री के बारे में उसके मुखपृष्ठ पर ही सूचना रहती थी कि इसमें- 'विद्या, नाटक, इतिहास, परिहास, समाचार, साहित्य, दर्शन' आदि पर लेख

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

और कविताएं आदि हैं। तत्कालीन प्रख्यात पत्रकार और साहित्यकार इसमें लिखा करते थे, जिनमें प्रमुख थे सर्वश्री आम्बिकादत्त व्यास, मदन मोहन मालवीय, पुरुषोत्तम दास टंडन, महावीर प्रसाद द्विवेदी, श्यामसुंदर दास, माधव शुक्ल और लाला भगवानदीन सरीखी विभूतियां।

इसी प्रकार 'ब्राह्मण' में पं. प्रताप नारायण मिश्र के निबंध धारावाहिक रूप से छपते थे। इसमें व्यंग विनोद की सामग्री भी छपा करती थी। हिन्दी-गद्य को अरस सजीव और आधुनिक शैली देते में इस पत्र की अहम भूमिका थी।

मालवीय व्याल

सन् 1885 में भारतेन्दु जी का देहान्त हो गया। इसी वर्ष कालांतर गांव से राजा रामपाल सिंह ने 'हिन्दोस्तान' नामक दैनिक पत्र की शुरूआत की। सन् 1887 में महामना मदन मोहन मालवीय इसके प्रधान संपादक बने। मालवीय जी के संपादक मंडल में श्री बाल मुकुंद गुप्त, श्री अमृतलाल चक्रवती, पं. नारायण मिश्र सरीखे साहित्यकार-पत्रकार थे, जिन्होने हिन्दोस्तान के जरिए पत्रकारिता और साहित्य के समन्वय के आदर्श मानदंड बनाए। सन् 1907 में मालवीय जी ने 'अभ्युदय' नामक साप्ताहिक और 1910 में 'मर्यादा' नामक मासिक का भी संपादन शुरू किया। सन् 1885 से लेकर 1907 तक की इस अवधि में राष्ट्रीय चेतना के साथ-साथ हिन्दी साहित्य का भी तेजी से विकास हुआ। सन् 1924 में मालवीय जी दिल्ली से निकलने वाले प्रसिद्ध अंग्रेजी अखबार 'हिन्दुस्तान टाइम्स' से जुड़े और लम्बे समय तक उसकी प्रबंध समिति के अध्यक्ष रहे। सन् 1933 में बनारस से उन्होंने सनातन धर्म मापक एक साप्ताहिक पत्र भी निकाला।

'हिन्दुस्तान,' अभ्युदय और 'सनातनधर्म' में प्रकाशित मालवीय जी के लेख सामयिक पत्रकारिता की कोटि में आते हुए भी हिन्दी साहित्य की अमूल्य धरोहर है तत्कालीन साहित्यकारों और विद्वानों का मालवीय जी के पत्रों को सतत सहयोग मिलता रहा। 'हिन्दुस्तान' दैनिक में सरल, सहज देशभक्ति से पूर्ण कविताओं को भी सम्यक स्थान मिलता रहा। 'सनातन धर्म'

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

के वसंत अंक, कृष्ण अंक, होली अंक आदि विशेषाकों ने हिन्दी पत्रकारिता ही नहीं साहित्य में भी मानदंड स्थापित किए।

इसी काल में कानपुर से 'भारतोदय' दैनिक निकला, जिसका मुख्य लक्ष्य हिन्दी भाषा को बढ़ावा देना था। सन् 1886 में इलाहबाद से श्री बलभद्र मिश्र ने 'रसिक पंच' निकाला और पं. लक्ष्मण प्रसाद ब्रह्मचारी ने लखनऊ से 'सुखसंवाद', 'रसिक पंच' मूलतः कविता प्रधान मासिक था। सन् 1890 में कल्कत्ता से श्री अमृतलाल चक्रवर्ती के संपादन में 'हिन्दी बंगवासी' निकला। इसके संपादकीय-मंडल में उस समय तीन मूर्धय संपादक थे–पं. बाबू राव विष्णु पराड़कर, पं. लक्ष्मी नारायण गर्दे और पं. अंबिका प्रसाद वाजपेयी इस पत्र के माध्यम से हिंदी भाषा और साहित्य का प्रचुर प्रसार हुआ। 1892 में श्री गोपालराम गहमर्स के संपादन में 'भारत भूषण' मासिक निकला और सन् 1904 में देवकीनंदन खत्री ने मुजफ्फपुर से 'साहित्य सुधानिधि' निकाली। इस दौरान और भी अनेक पत्र निकले जिनकी शैली और आकार-प्रकार पर लगभग मालवीय जी के 'हिन्दुस्तान' की ही छाप रही।

द्विवेदी काल

सन् 1900 में काशी नागरी प्रचारणी सभा ने हिन्दी मासिक पत्रिका 'सरस्वती' का प्रकाशन आरंभ किया। जो साहित्यिक पत्रकारिता का सजीव उदाहरण रही। 'सरस्वती' के पहले अंक में ही उन विषयों का उल्लेख किया गया, जो इसमें शामिल होने थे, मसलन–गद्य, पद्य, काव्य, उपन्यास, नाटक, जीवन-चरित्र, पत्र, हास्य, परिहास, कौतुक, विज्ञान, शिल्प एवं साहित्य-ग्रंथों की समालोचना आदि।

आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी ने सन् 1903 में 'सरस्वती' का संपादन भार संभाला। द्विवेदी जी ने हिन्दी के प्रसिद्ध लेखकों और कवियों का 'सरस्वती' से जोड़ा और उनकी खड़ी बोली में सरल-सुबोध भाषा में लिखने की प्रेरणा दी। हिन्दी के नवोदित कवियों और लेखकों को भी द्विवेदी जी ने 'सरस्वती' के जरिए एक मंच दिया। मैथिलीशरण गुप्त की की प्रारंभिक

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation Chandigarh Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

कविताओं को भी उन्होंने संशोधित कर, छापा। वे कवियों और लेखकों से नए-नए विषयों पर लिखवाया करते और इस तरह उन्होंने साहित्यकारों की एक पूरी पीढ़ी तैयार की। आचार्य द्विवेदी बीस बरसों तक 'सरस्वती' का संपादन करते रहे।

इन्हीं दिनों ऐसी अनेक पत्र-पत्रिकाएं निकली, जो पूर्ण रूप से साहित्यिक सामग्री से भरी होती। इनमें काशी से 'इंदु', लखनऊ से 'माधुरी', और 'सुधा', जबलपुर से 'श्री शारदा' और 'प्रेमा', कानपुर से 'प्रभा', पटना से 'शिक्षा', इंदौर से 'वीणा', मेरठ से 'साहित्य सरोज' और 'भास्कर', ज्वालापुर से 'भारतोदय', सीतापुर से 'समालोचक', हरिद्वार से 'सत्यवादी' और 'ब्रह्मचारी', बूंदी से 'सर्वरक्षित', इलाहबाद से 'भारतेन्दु' और 'चांद' विशेष रूप से उल्लेखनीय रही। 'चांद' के फांसी अंक को ब्रिटिश सरकार ने जब्त कर लिया था।

इनके अतिरिक्त पटना से 'हिमालय', 'नई धारा' 'अवन्तिका' निकलती थी, जो अपने साहित्यिक अवदान के लिए याद की जाती रही। आगरा से निकलने वाले 'साहित्य संदेश' के जरिए बाबू गुलाबराय अपने पाठकों को निरंतर उच्च कोटि की साहित्यिक सामग्री देते रहे। हैदराबाद से निकलने वाली 'कल्पना' भी साहित्यिक पत्रिका थीं। साप्ताहिक 'मतवाला' में सूर्यकांत त्रिपाठी निराला लगातार लिखते थे। इसमें आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी, बाबू श्यामसुंदर दास, अयोध्या प्रसाद अरिऔध, जगन्नाथ प्रसाद चतुर्वेदी, गणेश शंकर विद्यार्थी और सुमित्रानंदन पंत जैसे जाने-माने साहित्यिकारों और पत्रकारों के सचित्र परिचय भी छापा करते थे।

'सरस्वती', 'चाद', और 'मतवाला' आदि के साहित्यिक अवदान को भुलाया नहीं जा सकता।

गांधीकाल

महात्मा गांधी न केवल आजादी की लड़ाई मे प्रणेता थे, वे एक कुशल पत्रकार, संपादक और साहित्यिकार भी थे। उन्होंने सन् 1920 में देश को आजाद करने के लिए अहिंसा आंदोलन की शुरुआत की। भारत में अपने

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh. Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

'नवजीवन', 'यंग इंडिया' और 'हरिजन' पत्रों के संपादन और प्रकाशन के द्वारा उन्होंने क्रांतिकारी परिवर्तन लाए। गांधीजी भारतीय भाषाओं के प्रचार-प्रसार को राष्ट्रीयता का एक अंग मानते थे और सार्वजनिक सभाओं में अपने भाषण हिंदी में देते थे।

अहमदाबाद से गुजराती में प्रकाशित 'नवजीवन' का संपादन-प्रकाशन गांधी जी ने 7 सितम्बर, 1918 को अपने हाथों में लिया। बाद में यह गुजराती और हिन्दी-दोनों में छपने लगा। 'हरिजन' का प्रकाशन गुजराती, अंग्रेजी और हिन्दी तीनों भाषाओं में होता था। 'यंग इंडिया' अंग्रेजी में छपता था। इन पत्रों के द्वारा गांधीजी ने भारतीय जनमानस के भाषा, साहित्य और राजनीतिक-सामाजिक दृष्टिकोण में आमूलचूल परिवर्तन ला दिए।

गांधी युग की पत्रकारिता के अन्य मूर्धन्य नाम में-बाबू राव विष्णु प्रराड़कर, पं. लक्ष्मी नारायण गर्दे, गणेश शंकर विद्यार्थी, अंबिका प्रसाद वाजपेयी, माधव राव सप्रे, माखनलाल चतुर्वेदी, शिव पूजन सहाय और प्रेमचन्द आदि। ये सभी पत्रकार होते हुए भी उच्चकोटि के गद्यकार और साहित्यकार थे।

श्री प्रसाद गुप्त ने उन्हीं दिनों काशी से 'आज' दैनिक की शुरूआत की थी और उसके संपादक थे विष्णु पराड़कर, विष्णु पराड़कर जी ने अपना सर्वस्व पत्रकारिता में लगा दिया। गांधीजी के स्वाधीनता आंदोलन का समर्थन करते उनके साहित्यिक रुचि के संपादकीय पाठकों में नया जोश जगाते थें। वे 'भारत मित्र' के संपादक रहे और इसके कार्यालय में घंटों अपना समय दिया करते। इसी प्रकार पं. लक्ष्मीनारायण गर्दे ने हिन्दी पत्रकारिता और साहित्य में अपना अमूल्य योगदान दिया। सन् 1915 में वे 'भारत मित्र' के विशेष प्रतिनिधि थे। महात्मा गांधी के काशी आने पर उन्होंने उनका इंटरव्यू लिया और 'भारत मित्र' में छपवाया। इसी तरह उन्होंने मौलाना आजाद, देश बंधु चितरंजन दास आदि गणमान्य व्यक्तियों के भी इंटरव्यू लिए और 'भारत मित्र' में छपवाए।

उन्हीं दिनों पं. माखन लाल चतुर्वेदी ने 'कर्मवीर' का और गणेश शंकर विद्यार्थी ने 'प्रताप' का प्रकाशन शुरू किया और भारत की जनता में क्रांति का आहवान किया। इन्हीं के तहत, हिन्दू-मुस्लिम एकता को बनाए रखने की

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

धुन में गणेश शंकर विद्यार्थी ने साम्प्रदायिक दंगे के दौरान अपने प्राणों की आहुति दे दी।

प्रेमचंद को हम मूलतः उपन्यास सम्राट और कहानीकार के बतौर जानते हैं, लेकिन उन्होंने पत्रकारिता के क्षेत्र में जिन नए मानदंडों की स्थापना की, वे हिन्दी के साहित्य और पत्रकारिता दोनों के लिए विशेष महत्व के रहे। भारतीय जन जीवन का यथार्थ चित्रण करते हुए, प्रेमचंद ने जो साहित्य सृजन किया, उसे पत्रकारिता के जरिए जन-जन तक पहुँचाया। 'हंस' और 'जागरण' के माध्यम से प्रेमचंद ने साहित्यिक पत्रकारिता करते हुए, देश के स्वतंत्रता-आंदोलन में अपना महान योगदान दिया।

कथाकार होने के साथ-साथ, वे एक बेहद समर्थ पत्रकार भी थे। उन्होंने 'हंस', 'जागरण', 'माधुरी' और 'मर्यादा' का केवल सफल संपादन किया, उनके जरिए साहित्यिक पत्रकारिता के बेजोड़ प्रतिमान भी बनाए।

सन् 1921-22 में प्रेमचंद ने 'आज' के संस्थापक शिव प्रसाद गुप्त के 'ज्ञानमंडल प्रकाशन' के संचालन में भी योगदान दिया और वहीं से प्रकाशित 'मर्यादा' का संपादन किया। लखनऊ की नवल किशोर प्रैस से निकलने वाली अपने समय की श्रेष्ठ पत्रिका 'माधुरी' से वे 1928 में प्रधान संपादक के रूप में जुड़े और अपने समय के सभी अच्छे कवियों और साहित्यकारों को इसमें नियमित रूप से छापा।

'हंस' का प्रकाशन उन्होंने बनारस से 26 मार्च, 1930 को शुरू किया और अपने प्रथम संपादकीय में लिखा-"हंस के लिए परम सौभाग्य की बात है कि उसका जन्म ऐसे शुभ अवसर पर हुआ कि जब भारत में एक नए युग का आगमन हो रहा है। जब भारत पराधीनता की बेड़ियों से निकलने के लिए छटपटा रही है। इस संग्राम में एक दिन हम विजयी होंगे। भारत ने शांतिमय समर के रणभेरी दी है। 'हंस' भी मानसरोवर की शांति छोड़ आजादी की जंग में योग देने चला है। यह तो हुई इसकी राजनीति साहित्य और समाज में यह उन गुणों का परिचय देगा जो परंपरा ने इसे प्रदान किए।'

शिव पूजन सहाय के संपादन में पाक्षिक रूप से निकलने वाले 'जागरण' को प्रेमचंद ने 22 अगस्त, 1932 से साप्ताहिक तौर पर निकालना शुरू किया। उन्होंने अपने समय के सभी साहित्यकारों, लेखकों और कवियों

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation Chandigarh-Funding by IKS MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

को इससे जोड़ा और सिद्ध कर दिया कि एक महान कथाकार और उपन्यास सम्राट कितनी बेहतर पत्रकारिता कर सकता था।

वर्तमान काल

(आजादी से लेकर आज तक)

आजादी के बाद हिन्दी का आधुनिक काल शुरू होता है। हिन्दी पत्र-पत्रिकाओं की संख्या में आशातीत वृद्धि हुई। 1947 के आसपास ही नवभारत टाइम्स, जागरण, नई दुनिया, स्वतंत्र भारत, प्रदीप आदि अनेक अखबार अपने अनेकों संस्करणों के साथ निकलने लगे। सन् 1920 से काशी से निकलने वाला 'आज' अखबार भी कई शहरों से निकलने लगा। आजादी से पहले की पत्रकारिता एक मिशन थी, अब व्यवसाय बन गई।

पहले पत्र-पत्रिकाओं के मालिक ही अक्सर संपादक हुआ करते थे। यदि नहीं भी होते, तो संपादकों को पूरे आदर मान के साथ रखा जाता था और उनका रूतबा मालिकों से कतई कम न होता। बहुधा जाने माने साहित्यकार ही जाने-माने संपादक होते। अब पत्र-पत्रिकाओं के मालिक अक्सर बड़े-बड़े औद्योगिक घराने से होते हैं और संपादक उनके यहां नौकरी करते हैं। संपादकों की अब न पहले जैसी प्रतिष्ठा रही है, और न ही अधिकार। उन्हें मालिकों की नीतियों के मुताबिक ही चलना पड़ता है। संपादकों का साहित्य से नाता तो क्या, जानकारी भी अनिवार्य नहीं। पत्रकारिता सरोकारों का भी कोई नाता नहीं रहा और अब यह अन्य उद्योग की तरह सिर्फ अर्थोपार्जन का माध्यम बन कर रह गई है। राजनीति और फिल्में ही पत्र-पत्रिकाओं के लिए मुख्य मुद्दे रहे गए हैं या फिर लोगों का मनोरंजन करने वाली या उकसाने वाली खबरें। वही छापा जाता है जो चटपटा हो और पाठकों के तत्काल अपनी ओर खींचे। धर्मयुग साप्ताहिक हिन्दुस्तान, सारिका, रविवार, विनमान, वाया आदि अनेक पत्रिकाएं मालिकों की बेरूखी के चलते बंद हो गई। हंस, कथादेश, नया ज्ञानोदय, कथन, वसुधा जैसी साहित्यिक पत्रिकाएं निकल तो अब भी रही हैं, पर चलते-लड़खड़ाते। हाल ही में 'पहल' का बंद होना भी साहित्यिक दायरे के लिए काफी दुखद रहा।

जहाँ तक दैनिक अखबारों का सवाल है, हिन्दी अखबारों के पाठकों

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

की संख्या अंग्रेजी अखबारों की तुलना में बेतहाशा बढ़ी है। नाम के लिए लगभग सभी दैनिक सप्ताह में एक दिन अपना एकाध पृष्ठ साहित्य को समर्पित करते हैं, पर न नियमित रूप से वे कहानियाँ दे पाते हैं, न कविताएँ। कई हिन्दी अखबार तो अंग्रेजी अखबारों के 'पेज-थ्री' की तर्ज पर चार-चार पृष्ठ अनाप-शनाप सामग्री और भोंडे चित्रों पर बर्बाद कर देते हैं। कुछ अखबार जो हिन्दी-अंग्रेजी दोनों में निकलते हैं, अपने अंग्रेजी संस्करण का तर्जुमा भर बन कर रह गए हैं, यहां तक कि उनका नाम भी अंग्रेजी में छपता है। उनका मानना है कि पाठकों को यही पसंद है, जबकि सच्चाई यह है कि पत्र-पत्रिकाएँ चाहें तो पाठकों की रुचि को परिष्कृत भी कर सकती हैं।

बरहाल, दुखद स्थिति के प्रति क्षोभ प्रकट करते हुए, अपने एक साक्षात्कार में लेखिका ने वयोवृद्ध पत्रकार स्वर्गीय श्री अक्षय कुमार जैन ने साहित्य से कोई नाता ही नहीं रहा, तो वे बोले-"चिंता की कोई बात नहीं। यद्यपि हमारे देश में नहीं मानते, पर आज दुनिया में सब कहीं 'जर्नलसिटिक राइटिंग' को साहित्य मान लिया गया है। इसलिए मैं मानता हूँ कि पत्रकारिता भी साहित्य ही है। मैं बराबर साहित्य अकादमी के अध्यक्ष से कहता हूं कि आज तक अपने किसी संपादक को संम्मानित क्यों नहीं किया, आखिर वह भी तो एक प्रकार से साहित्य का ही सृजन करता है। ट्रेड पत्रिकाओं में भी साहित्य है। साहित्य का मतलब केवल कविता, कहानी नाटक, उपन्यास यसा निबंध से ही नहीं है। साहित्य का मतलब है, कोई भी सर्जनात्मक सामग्री। आज जो जर्नलिस्टिक कहानियां लिखी जाती हैं। उपन्यास लिखे जाते हैं, वे ही सबसे अधिक लोकप्रिय हैं, सबसे अधिक पढ़े जाते हैं। परिदृश्य रही है, लेकिन उसे जर्नलिस्ट तरीके से लिखा जाता है।...."

हम साहित्यिकारों या साहित्य से सरोकार रखने वाले पाठकों की तसल्ली के लिए, अक्षय कुमार जैन जी का कथन कुछ तो 'घाव पर मरहम' का काम करता है।

उषा महाजन

8146, सेक्टर-बी-XI,

नेल्सन मंडेला मार्ग, वसंत कुंज, नई दिल्ली-110070

फोन-011-26894679, मोबाइल- 09810124679

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

हिंदी के विकास में मीडिया की भूमिका

डॉ. शगुफ्ता नियाज

मीडिया पत्रकारिता के क्षेत्र का शब्द है। संचार माध्यम सामान्यत: 'मीडिया' के पर्याय के रूप में जाने जाते हैं। इस तरह संचार माध्यम उन्हें कहेंगे जो सूचना, समाचार आदि के संचरण अथवा संप्रेषण से जुड़े हैं।

संचार माध्यम (मीडिया) के दो वर्ग किए जा सकते हैं

1. परम्परागत संचार माध्यम
2. आधुनिक संचार माध्यम

परम्परागत संचार माध्यम वे माध्यम हैं जो ग्राम्य समाज को परंपरा से प्राप्त हुए हैं। ये मुख्य रूप से मौखिक संचार करते हैं जैसे मुनादी, डुग्गी पीटना, रामलीला या अन्य लोकनाटय रूप तमाशा, भावई, नौटंकी कठपुतली, लोकगीत, सांग, ख्यास, कथा गायन आदि इनके अतिरिक्त लोक कलाओं के रंग और संगीत तत्त्व भी परम्परागत संचार के माध्यम की श्रेणी में आते हैं।

परम्परागत संचार माध्यम के अच्छे साहित्यिक उदाहरण के रूप में हम 'वार्ता' को देख सकते हैं इसमें वान्तीकार और श्रोता दो मुख्य पक्ष होते हैं जिनमें परस्पर फीड बैक की प्रक्रिया भी व्यवहृत होती थी। जैसे महाभारत के युद्ध के समय श्रीकृष्ण द्वारा अर्जुन को दिया गया गीता तत्त्वबोध इसका

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation Chandigarh Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

महत्त्वपूर्ण उदाहरण है, इनकी प्रमुख विशेषता ही यह है कि ये बेहद करीबी है और जनता की भाषा-मुहावरों और संकेतों के साथ देश के साथ देश के हर क्षेत्र के जनसमूह के साथ एकदम तालमेल बना लेते हैं।[1]

मीडिया का दूसरा महत्त्वपूर्ण रूप आधुनिक संचार माध्यमों में दिखाई देता है-

आधुनिक संचार माध्यम आधुनिक टेक्नॉलोजी की देन है। सामान्यतः हम सूचना को व्यापक समाज तक फैलाने में आधुनिक संचार माध्यम का प्रयोग करते हैं। अब मौखिक रूप से दूरियाँ बढ़ गई हैं लेकिन साथ ही प्रौद्योगिक प्रगति ने दुनिया को एक ग्राम में बदल दिया है। लाखों किलोमीटर की दूरी अब एक साथ संचार करने में समर्थ हो गए हैं इस तकनीकी क्रांति ने आधुनिक संचार माध्यमों को जन्म दिया क्योंकि ये अपने प्रभाव क्षेत्र में व्यापक दायरे को समेटते हैं और आधुनिक संचार उपकरणों की मदद से सूचना, समाचार, संदेश को एक साथ व्यापक समाज तक पहुँचाते हैं। इसलिए हम इन्हें जनसंचार माध्यम या मीडिया कहते हैं। आधुनिक जनसंचार माध्यमों को हम तीन वर्गों में बाँट सकते हैं-

(अ) शब्द संचार माध्यम अथवा मुद्रण माध्यम-(प्रिंट मीडिया)

समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, पुस्तकें, पैफलेट्स

(ब) श्रव्य संचार माध्यम -(इलेक्ट्रानिक मीडिया)

रेडियों, ऑडियो कैसेट, टेपरिकॉर्डर

(ग) दृश्य संचार माध्यम-

टेलीविज़न, वीडियो कैसेट, फिल्म आदि।

इसी के अर्न्तगत नव इलेक्ट्रानिक माध्यम भी है, जैसे-उपग्रह, कम्प्यूटर प्रणाली, इंटरनेट आदि जो कि आज सर्वाधिक तीव्र गति से कार्य कर रहा है।[2]

मीडिया के उपरोक्त स्वरूप विश्लेषण को देखने के पश्चात् ये निश्चित हो जाता है कि मीडिया एक ऐसा माध्यम है जिसका संबंध समाज के सभी वर्गों से है। कुछ वर्षों से मीडिया एक सशक्त माध्यम बनकर उभरा है और उसने जनमानस को नई दिशा देने व उन्हें परिष्कृत करने में एक महत्त्वपूर्ण

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

भूमिका निभाई है। लोकतन्त्र ने मीडिया की भी आचार-संहिता बनाई है। यह आचार-संहिता मीडिया को उच्छृंखल होने से रोकती है दूसरी ओर मीडिया के स्तर को भी ऊँचा बनाए रखती है। मीडिया लोकतन्त्र का चौथा स्तम्भ है। पंडित नेहरू का मानना था कि पत्रकारों में जनमानस को प्रभावित करने की सबसे बड़ी शक्ति है। अतः उसमें मूलभूत मर्यादाएँ जरूरी हैं।[3]

गाँधी का यह प्रश्न भी इस संदर्भ में देखा जा सकता है–

"मीडिया एक प्रचण्ड शक्ति है परन्तु जिस प्रकार निरंकुश जल का प्रवाह गाँव को डुबो देता है और सारी फसलों का नाश कर देता है उसी प्रकार निरंकुश लेखनी का प्रवाह भी सर्वनाश का सृजन करता है। लेखनी पर जब यह अकुंश भीतर से लगाया जाता हे तभी वह लाभदायी होता है।"[4]

सर्वोच्च न्यायालय में भी मूल अधिकारों की तरह प्रेस (मीडिया) की स्वतंत्रता को मौलिक अधिकारों की श्रेणी में रखा है जो कि भारतीय नागरिकों को ही प्राप्त है, विदेशियों को नहीं। प्रेस की स्वतंत्रता केवल अखबारों तक सीमित नहीं है इसके अन्तर्गत पुस्तकें, छोटी-छोटी पुस्तिकाएँ, परिपत्र साहित्यिक कार्य भी आते हैं जिनमें विचारों की अभिव्यक्त की जाती है।[5]

मीडिया की भूमिका हिंदी साहित्य के प्रत्येक क्षेत्र में अक्षुण्य भूमिका रखती है। परम्परागत और आधुनिक माध्यम दोनों में से साहित्य का रिश्ता सबसे अधिक यदि किसी से दिखाई पड़ता है तो वह प्रिंट मीडिया ही है। प्रिंट मीडिया का सम्बन्ध समाचार-पत्र, पत्रिकाएँ, जर्नल पुस्तकें, पोस्टर, पैंफ्लेट आदि सबसे है लेकिन इसकी सबसे अधिक निर्भरता पुस्तकों के प्रकाशन पर टिकी हैं। साहित्यिक और गैर-साहित्यिक हर वर्ष लाखों पुस्तकें प्रकाशित होती हैं। इसके अलावा दूसरा प्रमुख स्रोत हमारी साहित्यिक पत्र-पत्रिकाएँ हैं जिनमें हर तरह का साहित्यिक प्रकाशित होता है। तीसरा स्रोत हमारे समाचार पत्र हैं जिनके रविवारी अंकों में साहित्यिक सामग्री दिखाई देती है।[6]

मीडिया का दूसरा माध्यम इलेक्ट्रानिक माध्यम है जिसमें रेडियो और ऑडियो कैसेट का महत्त्व है यूं तो टेलीफोन, मोबाइल, कॉर्डलैस का प्रयोग

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

भी इसके अन्तर्गत आता है, परन्तु यह व्यक्तिगत प्रयोग है। जबकि दो साहित्यिकारों का वार्तालाप टेप कर लिया जाये तो उसका साहित्यिक महत्त्व बढ़ जाता है।[7]

ऑडियो कैसेट भी इस दिशा में अत्यन्त महत्त्वपूर्ण है। हरिवंशराय बच्चन की मधुशाला, महात्मा गांधी जवाहर लाल नेहरू के भाषण दुर्लभ होने के कारण आज भी महत्त्वपूर्ण धरोहर है।

श्रव्य संचार माध्यमों के द्वारा साहित्य का रिश्ता दृश्य संचार माध्यमों से ही अत्यधिक है और यह रेडियो, टेलीविज़न और सिनेमा के माध्यम से हमारे समक्ष आती हैं। साहित्य जब तक मुद्रित रहता है तब तक उसकी अपनी विशेषताएँ होती हैं पर जब उसका रूपान्तरण दृश्य माध्यम में कर दिया जाता है तब उसकी आंतरिक रचना बदल जाती है। उसकी विशेषताओं में बदलाव आ जाता है जो मुद्रित सामग्री ज़्यादा लोगों तक नहीं पहुँच पाती थी वह दृश्य माध्यमों से अधिकाधिक लोगों तक पहुँच जाती है।

1. जैसे- कहानियों का नाट्य रूपान्तरण तथा उनकी दृश्य माध्यमों पर सफल प्रस्तुतियों में प्रेमचन्द की कहानी, 'शतरंज के खिलाड़ी', 'ठाकुर का कुआं', 'नमक का दरोग', 'प्रसाद की मधुआ', 'धर्मवीर भारती की बन्द गली का आखिरी मकान', 'श्रवण कुमार की खण्डहर पर बैठा आदमी' और कमलेश्वर की कई कहानियों के रूपान्तरण सफलतापूर्वक हुए हैं।

2. उपन्यासी का दृश्य माध्यमों से नाट्य रूपान्तरण में प्रेमचन्द का उपन्यास 'गोदान', 'निर्मला', 'गबन', 'जैनेन्द्र का त्यागपत्र' तथा 'मन्नू भण्डारी का महाभोज', 'देवकीनन्दन खत्री का चन्द्रकांता', 'वृन्दावन लाल वर्मा का मृगनयनी', 'श्रीलाल शुक्ल का रागदरबारी', 'भीष्म साहनी का तमस', 'अमृत लाल नागर का बूंद और समुन्दर', 'मानस का हंस', 'खंजन नयन' आदि उपन्यास भी दृश्य माध्यमों में सफलतापूर्वक रूपान्तरित किये गये हैं।

3. महाकाव्यों में 'रामायण', 'महाभारत', 'रामचरित मानस', और पौराणिक कथाओं को दृश्य माध्यमों में रूपांतरित किया गया है।

4. साहित्यिक नाटकों में विष्णु प्रभाकर की 'स्वर्ण रेखा', 'अपराध की

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

छाया', 'सुनन्दा', 'भीष्म साहनी की काबिरा बाजार में', 'मोहन राकेश की लहरों के राजहंस', 'आसाढ़ का एक दिन', 'आधे-अधूरे', 'लक्ष्मी नारायण के नाटक', 'मिस्टर अभिमन्यु', 'दर्पण', 'कॉफी हाउस में इंतजार', 'आइना', 'हाय अंकल', 'उपेन्द्रनाथ की अश्क की सूखी डाली', 'अंजो दीदी', 'सर्वेश्वर की लड़ाई', 'रमेश उपाध्याय का पेपर वेट', 'मृत्यु दण्ड आदि की सफल प्रस्तुति' दृश्य माध्यमों से हुई।8

आज मीडिया तकनीकी ने दृश्य श्रव्य के संचार की गुणवत्ता बढ़ा दी है। पारम्पारिक अभिव्यक्ति रूप इलैक्ट्रॉनिक मीडिया की जरूरतों के अनुसार अपनी प्रकृति, प्रक्रिया और स्वरूप को बदलने के लिए तत्पर और बैचेन दिख रहे हैं। इस प्रकार कुछ रूपों का रूपांतरण हुआ है और कुछ सर्वथा नये अभिव्यक्ति रूप भी अस्तित्व में आये हैं। आज का मीडिया और उसके अभिव्यक्ति रूप पहले के मीडिया और उसके अभिव्यक्ति रूपों को पूरी तरह ध्वस्त और नष्ट नहीं करते बल्कि उनको नवीन करते हैं। बदलते हैं और उनकी प्रकृति, प्रक्रिया और स्वरूप को अपने अनुसार ढाल लेते हैं। इलैक्ट्रॉनिक मीडिया ने हमारे यहाँ यही कार्य किया है। इसी कारण प्रिंट मीडिया में भी अपने को बदलने की जबरदस्त होड़ है और इसका प्रभाव उसके अभिव्यक्त रूपों पर साफ तौर पर दिखता है।9

व्यावसायिक होती मीडिया ने साहित्य को भी माल के रूप में पेश करना प्रारंभ कर दिया है। आज मीडिया में साहित्य का बाजारीकरण हो गया है। प्रिंट हो या इलैक्ट्रॉनिक मीडिया साहित्य का दायरा धीरे-धीरे सिमटता ही जा रहा है। पत्रकारिता के इतिहास पर नज़र डालें तो पहले अधिकांशतः साहित्यिक अभिरुचि वाले लोग पत्र-पत्रिकाओं का सम्पादन कार्य करते थे जिसमें राष्ट्रीय चेतना के साथ-साथ साहित्यिक सामग्री भी प्रचुर मात्रा में रहा करती थी। 'भारत मित्र', 'बंगवासी', 'मतवाला', 'सेनापति', 'स्वदेश', 'प्रताप', 'कर्मवीर', 'विश्वामित्र', आदि अन्य बहुत से पत्रों में साहित्य को खासा स्थान दिया जाता था। आज़ादी के बाद भी 'विशाल भारत', 'दिनमान', 'नवभारत टाईम्स', से अज्ञेय जुड़े रहे, धर्मवीर भारती 'धर्मयुग' से और 'कमलेश्वर सारिका' से आज भी राजेन्द्र यादव 'हंस', रघुवीर सहाय,

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant.

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

'दिनमान' अमृतराय का 'नई कहानी', महीप सिंह 'संचेतना', मनोहर श्याम जोशी 'साप्ताहिक हिन्दुस्तान' आदि वह साहित्यिक साहित्यकार हैं जिन्हें साहित्य के साथ-साथ पत्रकारिता के लिए भी जाना जाता है। लेकिन आज एक बड़ा बदलाव आ गया है। बाइस वर्षों से बी. बी.सी. के संवाददाता रहे मार्क्रटुली कहते हैं कि आज ताक़त सम्पादक के हाथ में न होकर विज्ञापन मैनेजर और सर्कुलेशन मैनेजरों के हाथों में चली गयी है।[10]

आकाशवाणी से समय-समय पर कई साहित्यकार जुड़े भगवती चरण वर्मा, सुमित्रानन्दन पंत, नरेन्द्र शर्मा, फणीश्वरनाथ रेणु, सर्वेश्वर, रघुवीर आदि कई साहित्यकार हैं जो आकाशवाणी से जुड़े रहे वहीं दूरदर्शन पर साहित्य की विभिन्न विधाओं का नियमित प्रचार-प्रसार होता रहा, परन्तु आज बाज़ारवाद के कारण मीडिया के मोहमाया से साहित्य भी नहीं बच पाया है। साहित्य को आम व खास तक पहुँचाने के लिए मीडिया की आवश्यकता है। एक समय था जब साहित्य सभी पत्र-पत्रिकाओं में किसी न किसी रूप में छपता था, परन्तु आज मीडिया का रवैया साहित्य के साथ अच्छा नहीं है। समाचार-पत्रों को देखने से पता चलता है कि सभी अखबार दो से तीन प्रतिशत ही साहित्यिक खबरें प्रकाशित करते हैं। आज साहित्य मीडिया में केवल फिलर के रूप में दिखता है वर्षों से सप्ताह में साहित्य को एक पेज देने वाले समाचार-पत्र अब विज्ञापन को प्राथमिकता दे रहे हैं। कुछ राष्ट्रीय और स्थानीय अख़बार अपने फीचर पेज में साहित्य में संबंधित सामग्री छापते हैं जैसे-नवभारत टाइम्स (शब्द संसार), हिन्दुस्तान (मयूर पंख), दैनिक भास्कर (वातायन), दैनिक जागरण (पुर्ननवा), राष्ट्रीय सहारा (शब्द मंथन), आज (सरोकार), प्रभात खबर (सृजन) आदि। दैनिक हिन्दुस्तान के रविवारी पृष्ठ में आज भूत-प्रेत, रहस्य, अपराध, सिनेमा को ज़्यादा तरजीह दे रहा जबकि पत्र के सम्पादक खुद एक चर्चित साहित्यकार हैं।

बाजार के मुताबिक फिल्म सेहत, तंत्र-मंत्र, मनोरंजन, अपराध, भविष्यवाणी और रेसिपी आदि के बढ़ते क्रेज़ के सामने साहित्य दबता जा रहा है। जहाँ थोड़ी-सी जगह मिलती है वहाँ सम्पादक का साहित्य प्रेम ही माना जा सकता है। कमलेश्वर के निधन पर आज तक कोई महत्त्वपूर्ण परिशिष्ट नहीं निकला।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

दक्षिण भारत के साहित्यकार आनन्द शंकर माधवन के निधन की खबर जहाँ समाचार-पत्रों में दबे-कुचले ढंग से आई वहीं किसी चैनल पर इसका ज़िक्र तक नहीं हुआ। ज्ञान पीठ पुरस्कार विजेता मराठी कवि शिववाडकर की मृत्यु का समाचार डीडी-1 पर पन्द्रह सैकेण्ड पर समाप्त हो गया जबकि उसी दिन 10 मार्च, 1999 रात 8:30 पर बुलेटिन में सचिन तेंदुलकर के पीठ के दर्द का समाचार 3 मिनट तक चला। आज साहित्य नहीं दिखता जो बिकता है मीडिया उसे तरजीह देने में लगी है।[11]

हमारे यहाँ सत्तर हजार पुस्तकें प्रतिवर्ष छपती है और यह दस से बारह प्रतिशत सालाना की दर से बढ़ रही हैं। अब हमारे यहाँ साहित्य भी साबुन या नूडुल्स की तरह उत्पाद है। मीडिया में चर्चित होने के कारण सलमान रुश्दी, विक्रम सेठ एवं अरुंधती राय की किताबें हमारे यहाँ तेज़ी से लोकप्रिय हुई हैं। बहुत उबाऊ और बोझिल होने पर भी बिक रही है। बिलक्लिंटन और मोनिका लेविंस्की की यौन लीलाओं के वृत्तान्त का हिन्दी रूपान्तरण 'मैं शर्मिन्दा हूँ' को साहित्य के विख्यात प्रकाशक ने प्रकाशित किया और यह हिन्दी के पाठकों में हाथों हाथ बिक गया। इसी तरह विख्यात पत्रिका हंस में राजेन्द्र यादव द्वारा चर्चित प्रसंग "सोना एक औरत के साथ" हिन्दी की साहित्यिक बिरादरी ने चटखारे लेकर पढ़ा और सराहा। मैत्र्यी पुष्पा के साहित्यिक उपन्यासों में रति क्रियाओं के दृश्य अलग से पहचाने जा सकते हैं। सुरेन्द्र वर्मा का हिन्दी उपन्यास 'दो मुर्दों के लिए गुलदस्ता' भी ऐसी ही अश्लीलता से परिपूर्ण है।[12]

इलैक्ट्रॉनिक मीडिया ने दस-पन्द्रह सालों में हिन्दी का रूपान्तरण हिंग्लिश कर दिया और देखते-देखते इसका व्यापक इस्तेमाल हो रहा है जिससे साहित्य की भाषा में भी असाधारण बदलाव आया है। अब यह जनसाधारण के बोलचाल की भाषा है और बाज़ार की भाषा के निकट है। यह बदलाव केवल गद्यरूपों में ही नहीं बल्कि कविता की भाषा में भी हुआ है, गुण धर्म एवं संवेदना से काटकर महज़ उपभोक्ता में तब्दील किये जाने वाली प्रक्रिया का खुलासा करने वाली कविताएँ इस दौर में लिखी जा रही हैं।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

फरवरी, 2004 दिल्ली में आयोजित 16वें विश्व पुस्तक मेले के उद्घाटन के अवसर पर भारतीय मूल के साहित्य के नोबुल पुरस्कार विजेता सर वी. एस. नायपाल ने साहित्य की दु:खद स्थिति पर कहा है कि "दुर्भाग्य है कि साहित्य अपनी जड़ों से उखड़ गया है। साहित्य का स्थान घटिया कथानक, जादू-टोना और ओझाई लेखन ने ले लिया है। तकनीकी विकास के साथ पुस्तकों की बिक्री बढ़ी है और नये पाठक तैयार हो रहे हैं लेकिन बिक्री और नयी तरक़ीबों के बीच साहित्य मर रहा है।

उपग्रह प्रणाली के कारण कितने ही नवीन साधनों की ईजात हुई है। जिनमें कम्प्यूटर प्रणाली, इंटरनेट, सीडी, वीडियो, टेलीकॉन्फ्रेंसिंग, हाईब्रिड मेल सर्विस की गणना की जा सकती है। आधुनिक सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में मल्टीमीडिया एक ऐसा साधन है जिसने सारी दुनिया को अपने साथ जोड़ लिया है। आज इंटरनेट पर कितनी ही पुस्तकें पढ़ी जा रही हैं। दुनियाभर का बहुत सारा साहित्य इंटरनेट पर उपलब्ध है।[13]

इन्टरनेट पर हिन्दी का एक बड़ा हिस्सा उपलब्ध है।साहित्य की सारी विधायें कहानी, उपन्यास, कविता, आलोचना, ग़ज़ल, नज़्म नाटक आदि वेब़ जगत पर शोभायमान है। हिन्दी साहित्य आज ग्लोबल हो चुका है अर्थात् भौगोलिक क्षेत्र का विस्तार कर चुका है। हिन्दी से सम्बन्धित कई महत्वपूर्ण साइटें इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। जिसे हिट करने वाले सिर्फ भारत से ही नहीं वरन् अमेरिका, संयुक्त अरब अमीरात जैसे दूरदराज के लोग भी शामिल हैं। उदाहरणस्वरूप 'नैड स्टैट' के आंकड़ों के अनुसार (अभिव्यक्ति : हिन्दी ऑर्ग) के वेबसाइट पर 2001 तक करीब 56 हजार 173 लोगों ने हिट किया जिसमें विलक्षण बात यह है कि इसमें 80 प्रतिशत लोग बाहर के देशों के हैं। इसके लोकप्रिय होने का प्रमुख कारण इसकी वेब-डिजाइनिंग, ठोस अभिलेखन प्रक्रिया, हाइपरलिंग तकनीक जिससे एक पन्ने से दूसरे पन्ने पर आसानी से जाया जा सकता है। श्रम कम जानकारी तकनीक जिससे एक पन्ने से दूसरे पन्ने पर आसानी से जाया जा सकता है। श्रम कम जानकारी अधिक, सुन्दर कलेवर, अधिक फ्लेवर आदि विशेषतायें इसे विशेष पहचान देती हैं। हिन्दी की एक अन्य वेबसाइट [illegible] कॉम को भी रोज़ाना हिट

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

करने वाले 15 लोग हैं। अनुभूति. कॉम पर हिन्दी साहित्य समेत विश्व साहित्य के 312 से अधिक कवियों की 1600 कविताओं का संग्रह है। इस वेबसाइट को 80 लोग रोज हिट करते हैं।

हिन्दी वेब जगत् की एक और विविधता से भरी साइट है बोलोजी. कॉम या हिन्दी नेस्ट. कॉम इस पर अज्ञात और विख्यात रचनाकार, साहित्य और धर्म का सहकार, कविता कहानी की बहार सब आपको एक साथ मिल जायेंगे।

आज हिन्दी का विकास ग्लोबल इंटरनेट के महामार्ग पर प्रारम्भ हो चुका है। यह हिन्दी साहित्य और हिन्दी पत्रकारिता दोनों के लिये अगले युग में प्रवेश करने का लक्षण है। बहुत हद तक हिन्दी का भविष्य अगली सदी में साइबर स्पेस से जुड़ा है। निश्चित रूप से हिन्दी का भविष्य उज्जवल है क्योंकि आने वाली सदी दोनों बांह खोलकर उसके स्वागत के लिये तैयार बैठी है। हिन्दी के लिये साइबर स्पेस और विश्व सुपर हाईवे का पूरा मैदान खाली पड़ा है उसे भी बहुत दूर जाना है।[14]

परन्तु इन सब खुलासों के बाद भी यह दूरियां निःसन्देह कहा जा सकता है कि मीडिया के फलस्वरूप ही आज भौतिक माइने नहीं रखती इंटरनेट पर हिन्दी साहित्य को प्रश्रम देने वाली अनेक वेबसाइट हैं जिसमें विश्व के सभी ओर के विभिन्न पहलुओं सामाजिक यथार्थ और अलग-अलग देशों के साहित्य को देखा परखा जा सकता है-वेब दुनिया डॉट कॉम, हिन्दी नैक्स्ट डॉट काम, वाङ्मय डॉट काम आदि इसके उदाहरण हैं।15

अतः आज मीडिया में भी साहित्य तमाम नाउम्मीदियों के बावजूद भी समूचे वैश्विक साहित्य को स्वयं में समाहित किए है आधुनिक युग की परिवर्तित स्थितियाँ, उनमें परिवर्तित होती मनःस्थिति भाषा का व्यापारिक रूप, देशी विदेशी मुहावरों, समसामयिक साहित्य तथा उसकी प्रतिक्रियाएं आदि सभी मीडिया के किसी न किसी रूप में सजीवता के साथ अभिव्यक्ति पाते हैं।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

सन्दर्भ

1. सुमित मोहन मीडिया लेखन, पृ. 26-27
2. वही पृ. 28
3. मीडिया कानून एवं सूचना की स्वतन्त्रता, पृ. 20
4. वही पृ. 399
5. रमेश थापर व मद्रास राज्य ए. आई. आर. 1950 सुप्रीम कोर्ट, 1241
6. मीडिया लेखन, पृ. 29
7. मीडिया और साहित्य का अंतसम्बन्ध, अक्षरा मई-जून, पृ. 29
8. मीडिया लेखन, पृ. 96
9. साभार अंतरजाल
10. बाजारी मीडिया में साहित्य, संजय कुमार, साभार अंतरजाल
11. साभार अंतर्जाल
12. साहित्य के समक्ष ग्लोबलाइजेशन और मीडिया की चुनौतियां, साभार अंतर्जाल
13. अक्षरा, मई-जून, 08, पृ. 29
14. स्रोत : नैड स्टैट
15. मधुमति पत्रिका, अक्टूबर 08, पृ. 33

प्रवक्ता हिंदी, वीमेंस कालेज,

ए.एम.यू. अलीगढ

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

नव्य जन-संचार-संसाधन और हिन्दी

–डॉ. मज़हर अहमद ख़ान

आधुनिक जन-संचार-संसाधन विश्व-मानव के सामाजिक जीवन, सभ्यता और संस्कृति को नवीन अलंकारों से अलंकृत कर रहा है, संचार-माध्यमों ने दैनिक जीवन के प्रसंगों में, मानव-कल्याण के विराट दर्शन से जन-साधारण को अवगत कराया है। गत दशकों का इतिहास साक्षी है कि संचार-माध्यमों के एक प्रमुख अंग पत्रकारिता ने साहित्य को व्यापक रूप में प्रभावित किया है तथा पत्रकारिता को एक नई दिशा प्रदान की है। नित्य-नवीन संचार संसाधनों ने हमारे समाज को नवीन आयाम प्रदान किए हैं। यह संसाधन, ज्ञान के क्षितिज को विस्तृत करने के साथ-साथ हिन्दी के विकास में भी अभूतपूर्व योगदान दे रहे हैं। आज संचार-माध्यम और हिन्दी एक दूसरे के सहयोगी बन गए हैं।

आधुनिक संसाधनों में कम्प्यूटर एवं इन्टर्नेट अपना एक विशिष्ट स्थान रखते हैं। आज का युग कम्प्यूटर क्रांति का युग है, जिसने दैनादिन की जटिलताओं को सरल बना दिया है। कम्प्यूटर में मूल रूप से चार प्रकार की संक्रियाएँ की जाती हैं–इनपुट/आउटपुट, गणितीय, तुलनात्मक मैमोरी तथा एक्यूमुलेटर में आंकड़े भेजना। गणितीय संक्रियाएँ भी चार प्रकार की होती हैं; जोड़, घटाव, गुणा तथा भाग। कम्प्यूटर की मैमोरी सीमित होने के कारण प्रत्येक संक्रिया के लिए अलग-अलग कोड निश्चित है यथा– 01 जोड़, 02

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

घटाव, 03 गुणा तथा 04 भाग। कम्प्यूटर की अपनी प्रणाली में कार्य करने की गति मन की गति से दूसरे स्थान पर है। कम्प्यूटर अपना सारा काम पूर्ण शुद्धता के साथ करता है। आज कम्प्यूटर किसी एक यन्त्र का नाम न रह कर स्वचालित विभिन्न कलों के समूह का नाम बन बया है जिसमें सार्वभौमिक का गुण है।

कम्प्यूटर के संदर्भ में प्रस्तुत इस विवरण से स्पष्ट है कि इस क्षेत्र की हिन्दी प्रयुक्तियाँ संस्कृत/हिन्दी भाषा पर आधारित शब्द हैं तथा अधिकांश पारिभाषिक अंग्रेजी शब्दों का देवनागरीकरण कर लिया गया है। आज कम्प्यूटर के क्षेत्र में हिन्दी भाषा के अनुप्रयोग के विषय में अनेक विशेषताएँ देखने को मिल रही हैं। अब कम्प्यूटर पर बहुभाषी शब्दकोष उपलब्ध हैं, जिनके द्वारा किसी भी शब्द का अर्थ जाना जा सकता है तथा पारिभाषिक शब्दों को भी जाना जा सकता है। कम्प्यूटर के द्वारा अब घर बैठे मुद्रण कार्य किया जा सकता है तथा संपादन कार्य करने में भी सुगमता होगी। अनुवाद कार्य को निपुणता से किया जा सकता है। भाषा के शोध में भी उपयोगी सिद्ध हो रहा है। इसकी सहायता से लोगों में शिक्षा का प्रसार किया जा सकता है और लोगों को शिक्षित किया जा सकता है। लिखित पाठ को उच्चारित रूप में बदला जा सकेगा तथा उच्चारण का कम्प्यूटर द्वारा लेखन आदि संभव होगा। आज के युग में यद्यपि कम्प्यूटर का प्रयोग बढ़ता जा रहा है लेकिन इसके लिए आवश्यक है कि इसकी सुविधा को आम लोगों तक पहुँचाया जा सके। अहिन्दी भाषी प्रदेशों में कम्प्यूटर पर हिन्दी को सिखाने या सीखने की व्यापक स्तर पर कार्य करने की आवश्यकता है। हिन्दी में इनटरनेट की सुविधा को अधिक विस्तार दिया जाना अपेक्षित है, यद्यपि आज इनटरनेट की सुविधा घर-घर पहुँच चुकी है लेकन कम्प्यूटर की तकनीक और हिन्दी भाषा को जानने, समझने की आवश्यकता है।

आज के दौर में इनटरनेट सबसे अधिक सक्षम सूचना-प्रणाली है जिसमें लगभग विश्व के पचास हज़ार से अधिक कम्प्यूटर नेटवक्र जुड़े हुए हैं। इनटरनेट का प्रयोग करने में भले ही कठिनाई हो सकती है लेकिन उससे प्राप्त होने वाली सूचनाएँ और सामग्री हमें आश्चर्यचकित करती है। वास्तव

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

में इनटरनेट कई नेटवर्कों का नेटवर्क है। महाविद्यालयों के अध्यापकों, वैज्ञानिकों, शोधकर्ताओं में यह बहुत अधिक प्रचलित हो गया है। आजकल बड़े-बड़े अनेक व्यवसाय भी अपने विज्ञापनों को इनटरनेट के द्वारा घर-घर पहुँचा रहे हैं। कोई भी इनटरनेट उपभोगता इनफ़ॉर्मेशन हाइवे से कोई भी नवीनतम सूचना प्राप्त कर सकता है या फिर किसी भी विषय पर बहस में भाग ले सकता है। इन्टरनेंट पर अधिकांश नेटवक्र कुछ ख़ास फाइलों को डाटाबेस प्रोग्राम या ई-मेल के रूप में दूसरे नेटवर्कों को भी उपलब्ध कराते हैं।

'भारतीय सांख्यिकी संस्थान' के वैज्ञानिकों द्वारा विकसित ऑप्टिकल करेक्टर रिकॉगनिशन' प्रौद्योगिकी की सहायता से अब देवनागरी, बंगला, असमिया आदि लिपि के आलेखों को पढ़ा जा सकता है। इस तकनीक के अन्तर्गत कम्प्यूटर का इंटेलिजेन्ट नेटवक्र किसी लिपि की वर्णमाला को याद कर लेता है। जब उस लिपि का कोई आलेख कम्प्यूटर को सौंपा जाता है तो वह याद किए हुए वर्णों की तुलना करते हुए उस आलेख को पढ़ते हुए सुनाने लगता है। इस तकनीक से नेत्रहीनों तथा कमज़ोर दृष्टि वालों को विशेष लाभ प्राप्त हुआ है। कम्प्यूटर प्रौद्योगिकी का आरम्भ पश्चिमी देशों में हुआ अतः उसकी सभी तकनीकी शब्दावली भी अंग्रेजी के माध्यम से ग्रहण की गई है। लेकिन आज कम्प्यूटर में हिन्दी शब्दावली के प्रमुख तीन अंगों; हार्डवेयर, सॉप्टवेयर और कम्प्यूटर ऑपरेटिंग को विकसित किया जा चुका है। कम्प्यूटर प्रौद्योगिकी से संबंधित अनेक पुस्तकें हिन्दी में लिखी गई हैं जिसके चलते प्राथमिक स्तर से लेकन स्नातकोत्तर पर कम्प्यूटर प्रौद्योगिकी का अध्ययन-अध्यापन होने लगा है। रेलवे, सड़क परिवहन, वायु मार्ग परिवहन, जलमार्ग परिवहन आदि तकनीकी क्षेत्रों में पारिभाषिक शब्दावली का प्रयोग बड़ी मात्रा में होने लगा है। रोज़मर्रा प्रयोग में लाए जाने के कारण संबंधित-विभाग के अधिकारियों की ज़बान पर ऐसे शब्द चढ़ गए हैं लेकिन हिन्दी अनुवाद करते समय इस बात का ख्याल रखना आवश्यक है वह शब्द सहज एवं सुलभ हैं। इन क्षेत्रों से जुड़े मंत्रालयों तथा विभागों में कार्य राजभाषा हिन्दी के अधिनियमों के अनुसार ही होता है जिसके चलते अहिन्दी भाषी

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

क्षेत्रों में भी प्रौद्योगिकी क्षेत्र में प्रयुक्त होने वाले पद नाम प्रचलित हो रहे हैं। इससे हिन्दी के प्रयोग को भी निर्धारित दिशा में बढ़ने के अवसर प्राप्त होंगे।

इसमें संदेह नहीं कि आज जन-संचार-संसाधनों के युग में कम्प्यूटर और इनटरनेट का प्रयोग बढ़ता जा रहा है और हिन्दी भाषा का विकास भी हो रहा है। प्रकाशन, चित्रण, वाणिज्य, प्रबन्ध, विज्ञान, दुभाषिए आदि के क्षेत्रों में इसका व्यापक स्तर पर प्रयोग हो रहा है। यह वैज्ञानिक शोधों और तकनीकी के नव्य प्रयोगों का युग है। आशा की जा सकती है कि निकट भविष्य में हिन्दी भाषा के विकास में यह आधुनिक उपकरण नए आयाम स्थापित करेंगें।

—Assistant Professor
Hindi Department
Kashmir University
Shrinagar

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

"जनसंचार, जन-माध्यम और हिन्दी"

'जन-माध्यम' जनसंचार माध्यम हैं, जिन्हें संक्षेप में केवल 'मीडिया' (media) कहते है। आज यह छोटा सा शब्द 'मीडिया' सम्पूर्ण 'पत्रकारिता' जगत के सम्बोधन के लिए काफी है। 'मीडिया' अर्थात् "बड़ी संख्या में लोगों के साथ संप्रेषण का मुख्य साधन या माध्यम, विशेषरूप से टेलीविजन, रेडियो और समाचार पत्र।" 'मीडिया' शब्द 'माध्यम' का सामान्य अर्थ है, "वह साधन जिससे कुछ अभिव्यक्त अथवा संप्रेषित किया जाए।" आज जितने भी साधन या उपकरण-विचार भाव, सूचनाओं जानकारी के संप्रेषण के लिए उपलब्ध हैं- 'माध्यम' कहलाते हैं।

'संचार' तथा 'माध्यम' के साथ एक नया शब्द 'जन' (mass)जुड़ कर 'जन-संचार' (mass-communication) और 'जन-माध्यम' (mass-media) शब्द बने हैं। 'संचार शब्द का शाब्दिक अर्थ है-चलाना फैलाना। पारिभाषिक शब्द के रूप में 'संचार' अंग्रेजी के communication के हिन्दी रूपान्तर है, जिसका अर्थ है मनुष्यों का परस्पर व्यवहार, संपक्र, आदान-प्रदान, बरताव। 'संचार' के द्वारा मनुष्य ज्ञान सूचना और अनुभव को आपस में बांटता है। अत: संचार का अर्थ हुआ-"भाव, विचार या संदेश की ऐसी अभिव्यक्ति या ऐसा आदान-प्रदान, जो भाव, विचार या संदेश को ग्रहण करने वाले के भीतर किसी प्रतिक्रिया को जन्म दे।"

पारिभाषिक तौर पर कहें तो 'संचार' "एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

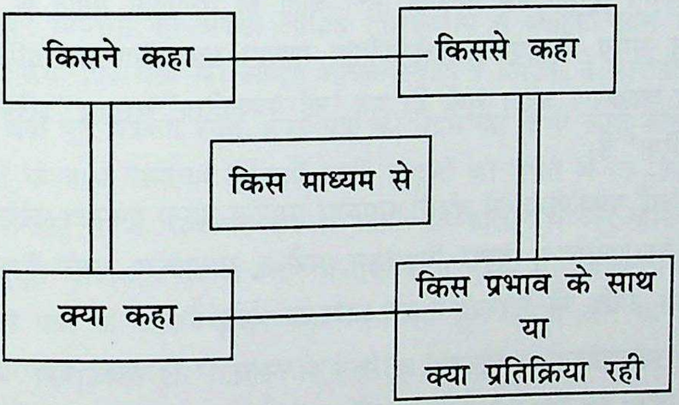
Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

तक अर्थपूर्ण संदेशों से संप्रेषण को कहेंगे। इस प्रकार 'संचार' में तीन महत्वपूर्ण तत्व हैं–व्यक्तिगत या **स्त्रोत**, अर्थपूर्ण **संदेश**, और ग्रहणकर्ता। संचार प्रक्रिया तभी पूर्ण होगी जब उसमें और दो महत्पूर्ण तत्व मिल जाऐंगे वे हैं–**माध्यम और प्रभाव**।

(स्त्रोत सार्थक संदेश माध्यम ग्रहणकर्ता प्रभाव)

संचार प्रक्रिया को इस परिभाषा से भी समझा जा सकता है–"कौन क्या कहता है, किस माध्यम से कहता है, किससे कहता है और किस प्रभाव के साथ कहता है?" अत: ग्रहणकर्ता की प्रतिक्रिया आवश्यक है।

इस बात को एक मॉडल के जरिए भी समझा जा सकता है–



इस तरह 'संचार' का अर्थ निरूपित हो गया कि 'संचार' का अभिप्राय अपने भाव विचार या संदेश की उस अभिव्यक्ति आदान-प्रदान या संप्रेषण से है, जो प्राप्तकर्ता में प्रतिक्रिया उत्पन्न करते हैं। निस्संदेह 'संचार' व्यक्ति-व्यक्ति के बीच दो तरफा प्रक्रिया है। यह एक मूलभूत वैयक्तिक एवं सामाजिक आवश्यकता और सार्वभौम मानवधिकार है।

'संचार' एक विस्तृत प्रक्रिया है, जिसके साधन अनेक हैं। पत्रकारिता संचार का एक हिस्सा है। पत्रकारिता में संचार के विभिन्न माध्यमों का उपयोग अवश्य किया जाता है। अत: पत्रकारिता 'संचार' की अपेक्षा सीमित ज्ञान शाखा है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

'पत्रकारिता' शब्द का प्रयोग करते ही हमारे मानस पटल पर मुद्रित अक्षरों से भरे समाचार पत्र, पत्रिकाएं, पोस्टर आ जाते हैं। क्योंकि पहले केवल मुद्रित सामग्री को ही पत्रकारिता समझा जाता है, कारण यह भी हो सकता है कि पहले मुद्रण माध्यम ही अविष्कार में आया। किंतु आज मुद्रित समाचार पत्रों, पत्रिकाओं, पिरियोडिकल से लेकर रेडियो, औडियो केसेट, दूर-दर्शन, फिल्म, न्यूजरील, कम्प्यूटर इंटरनेट, कान्फ्रेस, टेलिफोन, फेक्स, मेल आदि नवीनतम इलैक्ट्रॉनिक जनसंचार-माध्यम भी पत्रकारिता में सम्मिलित हैं। इन माध्यमों ने विराट विश्व को मनुष्य को एकदम निकट पहुंचा दिया है। पत्रकारिता की परम्परागत परिभाषा अब पुरानी हो गई है, त्वरित और विश्वसनीय सूचना हमें तत्काल मिल जाती है। वैज्ञानिक प्रगति के कारण वर्तमान समय में नए-नए इलैक्ट्रॉनिक माध्यम पत्रकारिता का चरित्र और उसका व्याकरण बदल चुके हैं। यह 'नई पत्रकारिता' वस्तुतः 'इलैक्ट्रॉनिक पत्रकारिता' है।

'नई पत्रकारिता' में केवल समाचार प्रसारित करना एकमात्र उद्देश्य नहीं है, बल्कि मनोरंजन, विचार-विश्लेषण, समीक्षा, साक्षात्कार, घटना-विश्लेषण, विज्ञापन आदि भी पत्रकारिता के आवश्यक अंग हैं।

'इलैक्ट्रॉनिक जर्नलिज्म' के रूप में नामित 'नई पत्रकारिता' वस्तुतः अभिव्यक्ति का एक संपूर्ण विज्ञान है। इस ज्ञान शाखा को पत्रकारिता विज्ञान या जर्नोलॉजी (Journology) कहा जाना चाहिए, जिसके अन्तर्गत मास मीडिया सम्बन्धी अध्ययन, इतिहास, विस्तार, तकनीक आदि आता है।

Laxicon Universal Encyclopedia में Journalism की व्याख्या इस प्रकार है–

'Traditionally journalism is segareded as the collecting, writing, editing and publishing of news, or comment up on news in News Papers and perdicals. The scope of journalism has presentation of meterial of current interest or wide populas appeal in variety of media,

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

notably sadio and television which are commonly reffered to as electronic journalism.

(Voll&II, 1984, page 453-54)

इस प्रकार कहा जा सकता है कि 'पत्रकारिता' Journalism शब्द जो मूलत: 'Journal' शब्द से बना था, जिसका सीमित अर्थ "दैनिक समाचार पत्र, दैनदिनी अथवा मैग़जीन का द्योतक था, अब उसका अर्थ कहीं अधिक व्यापक अर्थ में प्रयोग होने लग है। अब नव-इलैक्ट्रॉनिक पत्रकारिता और मल्टी-मीडिया अथवा बहुमाध्यम का जमाना है।

मुद्रण माध्यम संचार के जन-माध्यम में अन्य आधुनिक जन-माध्यमों की अपेक्षा सबसे प्राचीन है, यह लिखित माध्यम आज भी अन्य आधुनिक जनसंचार माध्यमों की अपेक्षा अधिक विश्वसनीय है क्योंकि मुद्रण माध्यम अन्य रेडियो-टी० वी०-की अपेक्षा अधिक स्वतंत्र हैं क्योकि वे स्वशासित हैं।

वर्षों पूर्ण पत्रकार स्वयं अपने पत्रों का मुद्रण कर कभी कभी जाने वाले क्षत्रियों के हाथों समाचार सूचनाऐं अपने ग्राहकों को बेचते थे जो 'समाचार चौपन्ने' होते थे, ये 'समाचार चौपन्ने' अनिश्चित कालीन थे और कभी कभी ही पहुंचते थे। 1622 ई० में लंदन में एक दर्जन मुद्रक थे। जिन्होंने नियमित रूप से पत्रों के आदान-प्रदान का सिलसिला शुरू किया और साप्ताहिक समाचार-पत्र निकालने में सफल हुए थे। 1702 ई० में लन्दन का पहला दैनिक पत्र Daily Courant अस्तित्व में आया। 1815 ई० में 'the times of London' जैसे अखबार की मात्र 5000 (पाँच हजार) प्रतियाँ प्रतिदिन निकलती थी जो पूरी दुनिया में अद्वितीय था।

लगभग 19वीं शताब्दी के मध्य में समाचार पत्रों की स्थिति में भारी परिवर्तन आया। प्रेस से टैक्स हटा लिए गए। विश्वभर में रातो रात निकलने वाले सुन्दर पत्रों की भरमार शुरू हुई। हमारे देश में प्रेस अंग्रेजों के आगमन के बाद अस्तित्व में आया। भारत में 29 जनवरी 1780 ई० में जेम्स आगस्ट हिकी ने 'बंगाल गजेट आफ कलकता जनरल एडवरटाइजर' नामक पत्र निकाला। कलकता से ही डुआनी नामक अमरीकी पत्रकार ने 'इण्डियन

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

वर्ल्ड' नामक पत्र 1791 में निकाला। कलकता के अलावा बम्बई, मद्रास, बनारस से दस वर्षों में 15 अखबार जैसे–मैड्रास कूरियर, मैड्रास गजेट, बाम्बे हैराल्ड, बाम्बे कूरियर तथा बाम्बे गजेट–यह सब अखबार अंग्रेजी भाषा में निकलते थे।

देशी भाषा (बंग्ला) का पहला मासिक पत्र, 'दिग्दर्शन' नाम से सन् 1818 में श्रीरामपुर बैपटिस्ट मिशन से प्रकाशित हुआ। सन् 1820 में ताराचन्द दत्त और भवानीचरण बनर्जी के संपादन में बंग्ला भाषा में ही 'संवाद कौमुदी' नामक पत्र निकला। 30 मई 1826 को कलकत्ता से 'उदन्त मार्त्रण्ड' नामक हिन्दी का पहला पत्र पं0 जुगल किशोर शुक्ल के संपादन में निकला। सन् 1845 में बनारस से 'बनारस अखबार' गोविन्द रघुनाथ दत्रे के संपादन में निकला। 1848 ई० में 'मालता अखबार नामक द्विभाषी (हिन्दी–उर्दू) पत्र इन्दौर से निकला। 1857 तक कई अखबार निकले जिनमें हिन्दी के अतिरिक्त दूसरी भारतीय भाषा को भी अपनाया गया।

आज तक भारत में हजारों समाचार पत्र, पाक्षिक साप्ताहिक तथा मासिक पत्र निकल रहे हैं। विश्व के सबसे बड़े लोकतांत्रिक देश के रूप में भारत कई दृष्टियों से महत्वपूर्ण है। इसमें प्रेस की स्वतंत्रता भी उल्लेखनीय है। यहाँ हम प्रसिद्ध पत्रकार बी० के० नेहरू का कथन उद्यत करेंगे। उन्होंने कहा है–'सरकार किसी भी तरीके से बनी हो, उसमें प्रेस की भूमिका निःसन्देह बहुत महत्त्वपूर्ण है। तानाशाही सरकारें भी किसी न किसी तरह के लोक समर्थन के बिना नहीं चल पाती। इसलिए प्रेस का राज्य का चौथा खम्भा कहा गया है।....'

आज हिन्दी की गिनती विश्व की दूसरी सबसे बड़ी भाषा के रूप में की जाती है। 32 पृष्ठों वाले 'द टाइम्स ऑफ इंडिया' वे भारतीय मीडिया और जर्नलिज्म को केन्द्र पर रख दिया। यह अखबार प्रथम नम्बर पर है तो हिन्दी के, 'नवभारत टाइम्स' का स्थान दस्वां है। इसके अतिरिक्त देशभर में लगभग 500–600 दैनिक हिन्दी छपते हैं, जिनमें 'राजस्थान पत्रिका', 'दैनिक जागरण', 'नई दुनिया', 'दैनिक भास्कर', 'पंजाब केसरी' प्रमुख है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

'संचेतना' 'हंस', वागार्थ, उद्भावना, कथादेश, समकालीन भारतीय साहित्य, साहित्य अमृत, शोध दिशा, आजकल, दस्तावेज जैसी कई साहित्यिक पत्रिकाओं के अतिरिक्त सारिका सहेली हिन्दी भाषा और साहित्य का सुधारने, संवारने में कार्यरत है।

प्रिंट मीडिया की सबसे बड़ी सीमा है निरक्षरों की विशाल जनसंख्या, तीसरी दुनिया में रहने वाले निरक्षर लोगों के लिए आज रेडियो अधिक बेहतर माध्यम है सूचना, ज्ञान, मनोरंजन प्राप्त करने का जैसा कि जवरीमल्ल पारख कहते हैं। –'रेडियो निरक्षरों के लिए वरदान है....रेडियो और ट्रॉजिस्टर की कीमत भी बहुत अधिक नहीं होती। -----टी० वी० के व्यापक प्रसार के बावजूद तीसरी दुनिया के देशों में रेडियों का अपना महत्त्व आज भी कायम है।

प्रिंट मीडिया की दूसरी सीमा है समाचार पत्र का 24 घंटों बाद छपना जबकि रेडियों में 'शून्य' समय में अत: प्रसारित होने के कुछ ही सैकिंडों में आवाज रेडियों में आती है।

रेडियो की कहानी आरम्भ होती है 1815 ई० में जब इटली के एक इंजीनियर गुग्लियों मार्कोनी ने रेडियो टेलीग्राफी के जरिए पहला संदेश प्रसारित किया। 1906 में अमेरिका के ली० डी० फारेस्ट ने एक प्रसारण करने में सफलता प्राप्त की और रेडियो पर पहली बार मनुष्य की आवाज सुनाई दी। डी फारेस्ट ने ही सर्वप्रथम 1916 में पहला रेडियों समाचार प्रसारित करवाया। वह समाचार संयुक्त राष्ट्रके राष्ट्रपति चुनाव के परिणाम की रिपोर्ट की 1920 के बाद विश्व के कई देशों में रेडियो ने धूम मचाई।

भारत में रेडियो–प्रसारण का इतिहास सन् 1926 में आरम्भ हुआ। बंबई, कलकता तथा मद्रास में व्यक्तिगत रेडियो क्लब स्थापित किए गए थे। जिन्हें भारत सरकार ने देश के प्रसारण केन्द्रों के रूप में स्थापित करने के लिए लाइसैंस प्रदान कीं वर्तमान समय में आकाशवाणी से 24 घंटे में 284 समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं। एक समाचार बुलेटिन पाँच मिनट का और बढ़ा समाचार बुलेटिन 15 मिनट का होता है। राष्ट्रीय प्रसारण के साथ ही आकाशवाणी में प्रादेशिक सेवाओं को भी महत्त्व दिया है।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation Chandigarh Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

रेडियो पत्रकारिता के माध्यम से शिक्षा, सामाजिक जागरूकता, सामाजिक परिवर्तन और स्वस्थ्य, मनोरंजन के क्षेत्र में अपनी भूमिका अच्छी तरह निभा रही है। रेडियों से प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों की श्रृंखला लम्बी है। सभी प्रसारण विधाएं व्यापक जन समुदाय द्वारा रुचिपूर्वक सुनी जाती हैं। चाहे शास्त्रीय संगीत का कोई कार्यक्रम हो या हल्के मनोरंजन का, ज्ञानवर्द्धक वार्ता हो या हल्का-फुल्का हास्य कार्यक्रम, नाटक हो या डॉक्यूमैंटरी, न्यूजरील हा या समाचार, विज्ञान का कोई कार्यक्रम हो या महिला जगत का, साहित्यिक पत्रिका हो या कृषि जगत का कोई कार्यक्रम फिल्मों गीतों का कार्यक्रम हो या लोकगीतों का...इन सब में पर्याप्त रुचि रखने वाले श्रोता मौजूद हैं।

दूरदर्शन एक महत्त्वपूर्ण माध्यम है, जिसने फिल्म की अपेक्षा अधिक लोकप्रियता पाई है। दूर-दर्शन यद्यपि रेडियो और समाचार-पत्र से महंगा है, और शहरी, उच्च और मध्यवर्ग तक ही सीमित है, परन्तु अपनी विकट प्रभाव क्षमता के कारण यह लोगों के विशाल समूह का ध्यान खिचने में बाकी सब माध्यमों से आगे है। इसने विश्व की तमाम दूरियों को मिटा दिया है। समाचार-पत्र में भी पाठक उन कार्यक्रमों की सूची देखता है, जो विभिन्न चैनलों पर प्रसारित किए जाऐंगे।

यूँ तो तस्वीरों को दूर से दिखाने की युक्ति 1890 में शुरू हुई थी। किन्तु आवाज वाले टी. वी. का प्रथम सार्वजनिक प्रसारण ब्रिटेन में 1930 में हुआ। भारत में प्रथम प्रायोगिक टी. वी. केन्द्र का उद्घाटन 15 सितम्बर 1959 को देश के प्रथम राष्ट्रपति डॉ. राजेन्द्र प्रसाद के हाथों सम्पन्न हुआ।

आज टेलीविजन पर समाचार, वार्ता, रिपोर्ट, साक्षात्कार, परिचर्चा, फीचर, कमेंटरी, खेल, वृतचित्र, कवि सम्मेलन, यू. जी. सी.। एन. सी. ई. आर. टी. जैसे उच्च कोटि के कार्यक्रम आते हैं तो दूसरी ओर संगीत, फिल्म की भी विशाल परम्परा बनी है। इसके अतिरिक्त सेटेलाइट के जरिए चलने वाले दर्जनों चैनलों पर धारावाहिकों की बड़ी संख्या है जो देश की अधिकांश जनता को अपने घेरे में ले चुके हैं। हद तो यह है कि यह चैनल लोकप्रियता प्राप्त करने के लिए सस्ते और ओंछे मनोरंजन का सहारा ले रहे हैं।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

रेडियो टी. वी. जैसे इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों के उपरान्त नव इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों का स्थान आता है। आज का समय नव इलैक्ट्रॉनिक पत्रकारिता का जमाना है। वीडियों पत्रकारिता का चलन उत्साह से उभर रहा है। वीडियो पत्रकारिता का आरम्भ मार्च 1988 में पहली बार इण्डियन बुक हाउस की ओर से सामने आई। 'मूवी बीडियो' से माना जा सकता है, 'कालचक्र' इस दिशा में हिन्दी में आई पहली वीडियो पत्रिका है, आज बच्चों और बड़ों के लिए कई वीडियों पत्रिकाएं बाजार में उपलब्ध है।

लगभग 36000 कि० मी० की ऊँचाई पर लटके कई उपग्रहों की सहायता से आज धरती पर रेडियो, टी० वी० के अतिरिक्त टेलीफोन, कम्प्यूटर जैसे यंत्र एकसूत्र में बंधे हैं। आधुनिक जगत में आज का आधुनिक मानववय विश्वग्राम में विश्वनागरिक बनकर रह गया है।

इन्टरनेट दुनिया भर में अलग-अलग जगहों पर लगे कम्प्यूटरों को जोड़ने की एक प्रणाली है, जिसके माध्यम से सूचना का आदान-प्रदान होता है। इसका उद्देश्य था परमाणु हमले की स्थिति ने संचार का एक नेटवक्र बनाना। लेकिन यह शोध से निकलकर व्यवसाय में आ गई आज इंटरनेट पर कई सेवाएं उपलब्ध है–जैसे ई० मेल, जिसके माध्यम से दुनिया के किसी भी कोने में आप सूचना, पत्र भेज सकते हैं। डब्ल्यू, डब्ल्यू, डब्ल्यू–इस सेवामें आप कोई भी सूचना प्राप्त कर सकते है। अब इसमें लिखित के अतिरिक्त चित्र, ध्वनि भी उपलब्ध हैं। 'होम पेज' में व्यक्ति किसी कम्पनी या संस्था के बारे में विज्ञापन दे सकता है। होम-पेज से जानकारी लेने को हिट कहा जाता है। 'फाइल ट्रांसफर प्रोटोकॉल' के जरिए हम दूर बैठे किसी व्यक्ति से जानकारी अपनी फाइल में ले सकते हैं और उसे अपनी जानकारी दे सकते है। आज विश्व में समाचार-पत्र और पत्रिकाएं भी इंटरनेट पर उपलब्ध हैं।

समाचार पत्रों में कम्प्यूटर का प्रयोग बड़े पैमाने पर शुरू हो गया है। कई अखबारों ने अपने रिपोर्टरों और संपादकों को कम्प्यूटर टर्मिनल उपलब्ध करा दिए हैं।

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

रिपोर्टर अपने टर्मिनल पर समाचार टाइप करता है और परदे पर पढ़ने के उपरान्त उसे केन्द्रीय कंम्प्यूटर को भेज देता है। संवाददाता कम्प्यूटर को टेलिफोन लाइन से जोड़ कर भी समाचार केन्द्रीय टर्मिनल तक भेज सकता है। मीडिया विशेषज्ञों का कहना है कि भविष्य में समाचार पत्र छपेंगे ही नहीं, कम्प्यूटर के परदे पर ही पढ़े जाएंगे। कुछ देशों में 'फैक्स समाचार पत्रों' का भी प्रचलन शुरू हो चुका है। इसमें समाचार और लेख पाठकों की रुचि के अनुसार फैक्स मशीन के माध्यम से उनके घर पहुंच जाते हैं और इनकी सदस्यता भी उतनी मंहगी नहीं है।

सूचनाओं के इलैक्ट्रॉनिक भंडारण की पद्धति 'इलैक्ट्रॉनिक डाटा बेस' के नाम से जानी जाती है। इसमें कई प्रणालियां शामिल की जा सकती है जैसे वीडियों टैक्स्ट बार्ड टेलीटेक्स्ट केबल, टैक्स्ट और आडियो टैक्स्ट जैसी प्रणालियां।

'वीडियो टेक्स्ट' प्रणाली वीडियो और टैक्स्ट (पाठ) से मिल कर बनी है। इसमें मुद्रित सूचना का पाठ टेलीविजन के परदे पर पढ़ा जा सकता है। इस प्रणाली में दूतरफा संवाद की सुविधा रहती है। उपभोक्ता संवाद टाइप करके दूसरे उपभोक्ता तक पहुंचाता है।

आजकल 'ऑन लाइन कक्षाऐं' एक साधारण सी बात हो गई है। किसी भी विद्वान से भाषण पर्दे पर सुनने के अतिरिक्त उससे प्रश्न-उत्तर की वार्ता भी की जा सकती है।

'इलैक्ट्रॉनिक बुलेटिन बोर्ड' का प्रचलन भी बढ़ रहा है। इसके संचालन में मेन फेम कम्प्यूटर की आवश्यकता नहीं पड़ती। बल्कि व्यक्तिगत कम्प्यूटर से संचालित किया जा सकता है। इसमें परिचर्चा की भी सुविधा है। समान रुचि के लोग इन बोर्डों पर किसी तरह बहस कर सकते हैं।

इन्टरनेट एक ऐसा विश्वव्यापी कम्प्यूटर नेटवक्र है जो दुनिया भर में फैला है, लेकिन उस पर न किसी का नियंत्रण है और न किसी कानूनी दायरे में आता है। इंटरनेट पर कोई भी व्यक्ति कोई भी जानकारी या तस्वीर डाल सकता है, जो दुनिया भर के करोड़ों लोगों तक पहुंचता है। समस्या यह

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu
G... College ... Raipur, Bantalab Jammu. ... No.....59..... Dated 11/6/25

है कि नेट पर इस्तेमाल करने वालों के नाम पते का कोई रिक़ॉर्ड नहीं रहता। इसी कारण नेट के दुरुपयोग और अपराधों की घटनाऐं बढ़ती जा रही हैं।

टेलीफोन, मोबाईल, काम्निकेटर, पेजर सब संचार प्रणाली में अपना योगयान जारी रखे हैं। जेब में रखा छोटा सा यंत्र ई-मेल पूरे विश्व को स्वयं में समाए रखता है। अब इसमें आप बात करने वाला का चेहरा भी देख सकते हैं। वैसे यह सुविधा पहले 'वेब कॉम' में भी थी। लेकिन मोबाइल में यह सुविधा आने से अधिक सुविधा और कम खर्चीला हुआ।

अत: तब इलैक्ट्रॉनिक जन-माध्यम ने पत्रकारिता के क्षेत्र में अनूठी क्रांति घटित कर दी है।

हिन्दी आज बाजार की भाषा है और इस नाते पहले से अधिक बोली जाने वाली प्रयोग की जाने वाली अनिवार्य और जनसंचार माध्यमों की भाषा बन गई है।

यह बात सच है कि इन्टरनेट में अंग्रेजी का बाहुल्य है, किन्तु फिर भी अन्य भारतीय भाषाओं की तुलना में हिन्दी की वेबसाइट कुछ अधिक ही है। देवनागरी लिपि का वेब दुनिया में प्रवेश पर 'नई दुनिया' के रूप में प्रवेश पर अंक में प्रकाशित विकास मिश्र का लेख "वेब दुनिया इंटरनेट के आंगन में हिन्दी का अनमोल पुष्प" उल्लेखनीय है। विश्व के इस पहले हिन्दी पोर्टल का विकास वेब दुनिया डॉट कॉम लिमिटेड ने किया है जो 23 सितम्बर 1999 को इंटरनेट पर उपलब्ध हो गया है। इस पोर्टल के आ जाने से इंटरनेट पर देवनागरी की शक्ति और संभावनाऐं उजागार हो रही है। वर्ष 1997 में इंटरनेट पर पहले भारतीय भाषायी समाचार पत्र, 'नई दुनिया' को लाने का श्रेय भी 'वेब दुनियां ' को है 'वेब दुनिया कॉम' में पहले हिन्दी सर्च इंजन 'वेब दुनिया खोज' का लोकार्पण 23 फरवरी 2000 को हुआ, जिसके माध्यम से कोई भी व्यक्ति विभिन्न वर्गो के अन्तर्गत हिन्दी में दी गई सूचनाओं और विषय से सम्बन्धित सामग्री की खोज कर सकता है।

बाज़ार में इन दिनों अनेक सॉफ्टवेयर उपलब्ध हैं। भारत में सुपरटेक सॉफ्टवेयर एंड हार्डवेयर ने जिस सॉफ्टवेयर को विकसित किया है, व

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

अंग्रेजी दस्तावेजों का हिन्दी में तुरन्त अनुवाद कर देता है।ऐसे सॉफ्टवेयर को भी विकसित किया गया है जिसमें ई-मेल हिन्दी के अतिरिक्त कतिपय प्रादेशिक भाषाओं में भी भेजे जा सकते हैं। बेसिक, डी-बेस 3 तथा वर्डरस्टार में विभाषिक (हिन्दी-अंग्रेजी) वाक्य रचना त्रुटियों की व्याख्या उपलब्ध कराने के लिए 'मित्रा' नामक सॉफ्टवेयर विकसित किया गया है। 'अमृत' 'अभिलाषा' और 'बसंत' आदि हिन्दी के फॉन्टस ओशो कम्यून इंटरनेशनल, पूणे द्वारा विकसित हैं।

भारत सरकार के गृह मंत्रालय के अन्तर्गत राजभाषा विभाग ने पुणे विश्वविद्यालय परिसर में स्थित सी-डैक की सहायता से 'लीला हिन्दी प्रबोध' नामक सॉफ्टवेयर तैयार करवाया है। डॉ० हेमन्त दरबारी तथा डॉ० सूरजभान सिंह के परिश्रम से यह कार्यक्रम तैयार हुआ है। इस सॉफ्टवेयर की सहायता से अधिकारी और कर्मचारी कम्प्यूटर का प्रयोग करके प्रबोध स्तरीय हिन्दी का ज्ञान प्राप्त कर सकते हैं।

हिन्दी के विकास में 'अनुवादक' सॉफ्टवेयर भी महत्वपूर्ण है। इसका श्रेय अंजलि राय चौधरी को है जो इसे बनाने वाली कम्पनियां का संचालन करती है। सॉफ्टवेयर अंग्रेजी के मूलपाठ को हिन्दी में अनुवाद कर व्याकरण के मूलभूत नियमों का पालन करता है। भारतीय भाषाओं में कम्प्यूटर का उपयोग बढ़ाने के लिए सरकार हिन्दी भाषी राज्यों में हिन्दी सॉफ्टवेयर टूल्स और फोंट्स मुक्त वितरित कर रही है। संचार और सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय द्वरा टूल्स का पैकेज कांग्रेस अध्यक्ष सोनिया गांधी के हाथों 19 जून 2005 को रिलीज़ किया गया। आज कई साइटें हिन्दी भाषा, साहित्य, राजभाषा अधिनियम पर आधारित उपलब्ध है।

www.hindi bhashan. com, litrobedu. au, all for one, com, जैसी साइटों पर कोई भी हिन्दी की शिक्षा प्राप्त कर सकता है। हिन्दी में ई-मेल की सुविधाओं के लिए www.langoo.com उपलब्ध है।

समाचार-पत्र, रेडियो, दूरदर्शन विज्ञापनों के सहारे अपनी उपयोगिता बनाए हुए हैं, जिनमें वे हिन्दी को उपयोग में लाते हैं। बहुराष्ट्रीय कम्पनियों

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

ने भी अंग्रेजी के स्थान पर हिन्दी को चुना है। यह अलग बात है कि जिस बाजारवाद के कारण विज्ञापनों पर अंग्रेजी शब्दों की अधिकतम तो रही है। जिसने विज्ञापन मानो हिन्दी में न होकर हिंग्लिश में हो-जैसे-ये दिल मांगे more, यही है right choice, आदि।

आकाशवाणी और दूरदर्शन में अभिजात्य हिन्दी के दर्शन होते हैं तो विविध भारती के प्रसारण में संस्कृतनिष्ठ मानक हिन्दी के दर्शन होते हैं, जबकि टी. बी. के व्यवसायिक चैनल्स में प्रसारित नितांत बोलचाल की हिन्दी का भरपूर प्रयोग हो रहा है।

आरम्भिक वर्षों में प्रेमचन्द से कमलेश्वर तक तथा रागदरबारी, गणदेवता, मैला आंचल, मालगुडी, स्वामी, शतरंज के खिलाड़ी, तमस आदि कृतियों से आम आदमी का परिचय दूरदर्शन ने करवाया। 'रामायण', जय हनुमान। 'महाभारत', चाणक्य आदि सीरियल ने भारतीय संस्कृति को अपनी सम्पूर्ण व्यापकता से उजागर किया, तो 'हमलोग', 'रागदरबारी', 'गोदान' जैसे सीरियल भारतीय ग्राम्य सभ्यता से परिचित कराते थे।

दूरदर्शन में प्रोफेशनल चैनल्स में डिस्कवरी, नेशनल ज्योग्राफी, बायोग्राफी चेनल का हिन्दी में अनुवाद चलना भी हिन्दी की जीत है। बच्चों के चैनल पोगो, कार्टून नेटवक्र आदि पर केबल पर आप इच्छानुसार भाषा का विकल्प ले सकते है, जि विकल्पों में एक हिन्दी भी है।

अनुमान लगाया जाता है कि 100 वर्षों में 35 हजार फिल्में बन चुकी है जिनमें अधिकांश हिन्दी फिल्में है। विदेशी भाषा की फिल्में रातों-रात हिन्दी में डब होकर आ रही है और लोकप्रिय हो जाती है।

हिन्दी में सर्वप्रथम दादा साहब फालके ने भारतेन्दु हरिशचन्द्र की अमरकृति 'सत्य हरिशचन्द्र' का फिल्मी रूपान्तरण किया। कई पौरणिक फिल्में बनाई गई। सत्यजीत रे ने प्रेमचन्द की कृतियों का चयन किया, 'सदगति' रे की सर्वश्रेष्ठ फिल्म है। 'शतरंज के खिलाड़ी' भी प्रसिद्ध फिल्म बनी। फणीश्वर नाथ रेणु की कहानी 'मारे गए गुलफाम' पर शैलेन्द्र ने 'तीसरी कसम' बनाई। मन्नू भंडारी के उपन्यास 'यही सच है' पर

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

'रजनीगन्धा' फिल्म बनी। इसके अतिरिक्त कई सार्थक फिल्में बनी जैसे, दो बीघा जमीन, प्यासा, मदर इंडिया, जागते रहो, मंडी, जुबैदा, दो आँखें बारह हाथ, लगान, जो साहित्यिक कृति के आधार पर न होते हुए भी साहित्यिक स्पर्श जरूर रखती है।

'प्रिंटिंग टेक्नोलॉजी' के विकास के कारण आज कम समय में ही प्रबन्ध गुरुओं की पुस्तकें बाजार में आ जाती है। इस श्रेय में अनुमादित पुस्तकों की भी मानों बाढ़ सी आ गई है।

कुल मिलाकर कहा जा सकता है कि नई पत्रकारिता ने हिन्दी का खूब विकास किया है किन्तु कमजोरियाँ भी कम नहीं है जैसे अंग्रेजी शब्दों का बाहुल्य, जो अवश्य खटकता है जैसे सेक्टर, प्लांट, शेयर कॉलेज, कार लोन मेला, मॉल, ठंडा-ठंडा कूल कूल, आदि।

फिल्म दुनिया में निकम्मा इश्क, love का कीड़ा, कमीने, वो बोली फेंकता है साला, जैसी भाषा डॉ० नामवर सिंह के अनुसार भ्रष्ट भाषा रोग का लक्षण है। अब हिन्दी फिल्म जगत से करोड़ों कमाने वाले से बात करें तो अंग्रेजी में बात करेगा या हिंग्लिश में, जिसमें 75 प्रतिशत शब्द अंग्रेजी के होंगे और अन्य हिन्दी के। किंतु मुद्रण माध्यम या अन्य इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों में भाषा का अचार बनाने वाले जानते नहीं कि यह फैशनबल भाषा नहीं बल्कि भाषा पर अत्याचार होता है।

भाषा को बिगाड़ने का षड्यंत्र, बाजारीकरण, धन लोलुपता हिन्दी के प्रचार-प्रसार करने वालों के सामने कमजोर पड़ेंगे, इसमें कोई सन्देह नहीं हिन्दी के विशाल शब्दकोष के भंडार के कारण जीवन के हर क्षेत्र की अभिव्यक्ति हिन्दी में सम्भव है। जैसा कि 'रेलराज भाषा' पत्रिका (सितम्बर 2003 पृष्ठ 14) में लिखा गया है–"अंग्रेजी में उधारी शब्दों के साथ केवल डेढ़ पौने दो लाख शब्द है और बिना फर्ज के हिन्दी में छः लाख शब्द हैं तो अभिव्यक्ति का विस्तार किससे अधिक सम्भव होगा।"

डॉ0 ज़ाहिदा जबीन

(वरिष्ठ सहायक प्रोफेसर), हिन्दी विभाग

कश्मीर विश्वविद्यालय, श्रीनगर-6

9906458229

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

Language Use in Advertisements: A Case Study Print and Electronic Media in Kashmir

Sheeba Hassan
Nazir Ahmad Dhar

Introduction

In Kashmir Valley, mass media is acting as a significant tool in crafting modern culture. The different forms of media whether print, broadcasted or telecasted etc is communication that reaches a large Kashmiri audience. The influence of the media on this modern culture is reflected in their life style, topics of discussion, thoughts, language, customs, food etc. Kashm ri Community is constantly influenced and changed with media culture and language of their messages from media. One of the important impact on the changing attitude of audiences is reflected by language of advertisements. The language of advertisements in print as well as electronic media assists the Government in support by improving the conditions of the peopl improving the literacy rate by providing basic information about available opportunities and modern methods of knowledge. As the people below poverty line acquires new skills through media which helps their living standards to improve. Language of communication in advertisements, based on electronics, have set in motion a continuing

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

process of change which have been impacting the mind and the attitudes of the present day society. The electronics media- radio, television, cable networks, and now Internet have ushered in revolutionary changes in the Kashmir society. It has not been bound to certain economical, political, sociopsychological, and cultural domains of Kashmiri society but has also altered the linguistic domain of the society at large. Consequently, in present day circumstances, mass media plays an important role in Kashmiri - Urdu language contact situation. Thus, the study on language cf advertisements in Media can be established as a field of research.

Language of Advertisements

"Advertising is multidimensional. It is a form of mass communication, a powerful marketing, tool, a component of the economic system, a means of financing the mass media, a social institution, an art form, an instrument of business management, a field of employment and a profession." (Chunawalla and Sethla 1993:1). The culture of advertisements has increased tremendously so as seek financial assistance for advertising agency. In advertising, language acts as an important resource for the advertising profession to convey message to the population in order to inspire them. In monolingual/ communities, the .language of the nation also acts as language of advertisements like language in education, administration, media etc. Conversely, in the context of multilingual nation, the pertinent question of language use in advertisements is raised. As a result of the process globalization, one of the most fashionable buzzword in the present era, some of the challenging linguistic issues related not only with this inevitable process like; emergence of global language, concept of mother tongue and language/cultural identity in multilingual community, receding major domains of the native language in education, administration, media etc. But has substituted the function the language of advertisements even if the language of the newspapers or channel is not global language. Since the global language -English being one of the official languages as mentioned earlier is used at very high rate in print and electronic media in Kashmir for advertising.

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

Sociopsychological setup of Kashmiris has been influenced so much that the consideration of English language as the prestigious language is also reflected by its usages in advertisements in Urdu newspapers, the hoardings, posters, billboards on the roadway of J&K state, names of shops, names of villas, bungalows, invitation cards at present etc. which are from either of the languages are written in English.

Print media

The dominance of Urdu language as lingua franca and official language is over dominated by English language even in Urdu newspapers. Approximately above 95 % of the advertisements in Urdu Newspapers are in English language.

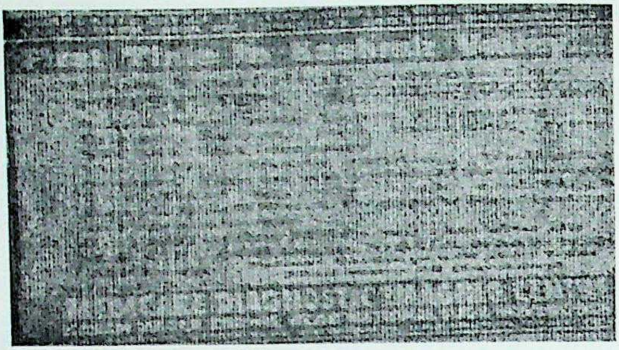
In the present study, the trend in the use of language for advertisements particularly for marketing purpose in six famous daily newspapers have been compared and analyzed from 1998 to 2007. These Urdu dailies considered for the study are Alsafa (now Urdu-English bilingual newspaper), Aftaab, Srinagar Times, Waadi Ki Awaaz (Now Urdu-English bilingual newspaper) and two English dailies namely Greater Kashmir and Kashmir Monitor. It has been found that the use of English language dominated the section of advertisements both in Urdu as well as in English dailies. English as a global language had always subjugated Urdu and other languages in advertisements in newspapers-dailies and weeklies, magazines, hoardings, billboards, etc. The graphical representation of the comparison between use of Urdu and English language for advertising in newspapers is shown as under:

Alsafa (1988)

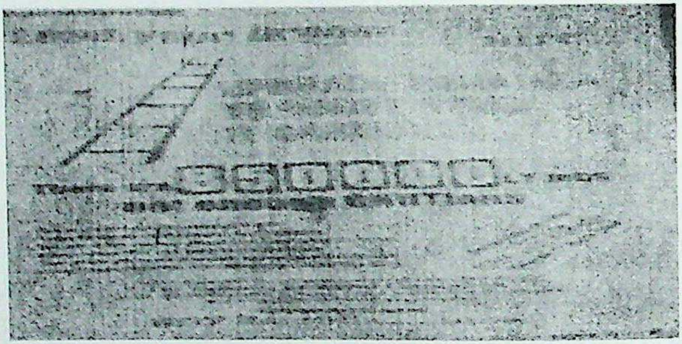
Previously it was Urdu daily newspaper. Now Urdu- English Bilingual **Alsafa** started from 2004.

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

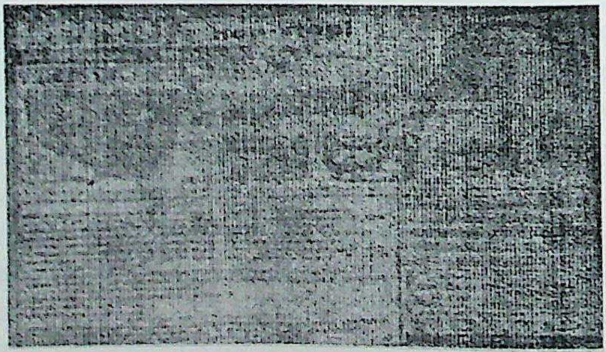
Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu



Alsafa, 12 March 2008. (Urdu Newspaper with advertisement in English language)



Alsafa, 12 March 2008. (Urdu Newspaper with advertisement in English language)

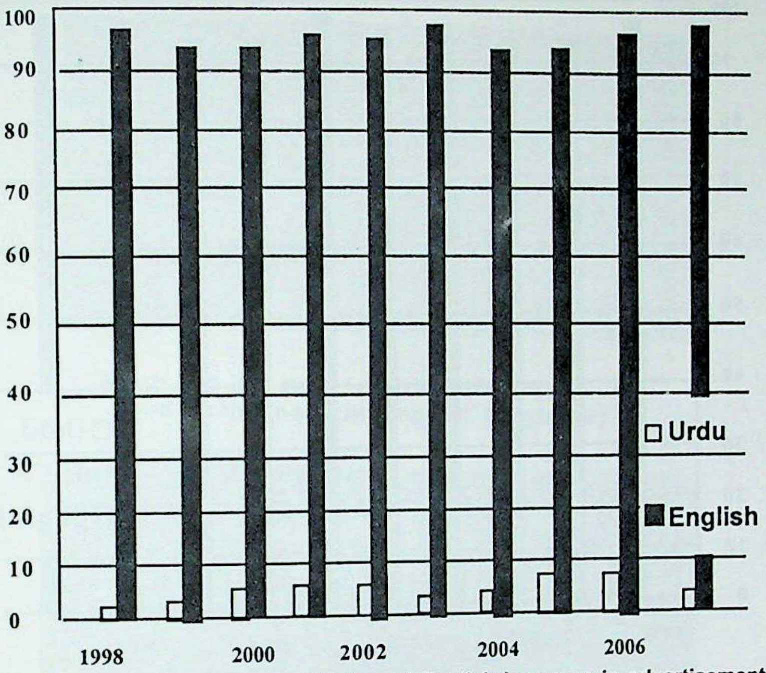


Alsafa, 10 March 2008. (Urdu Newspaper with advertisement in English language)

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

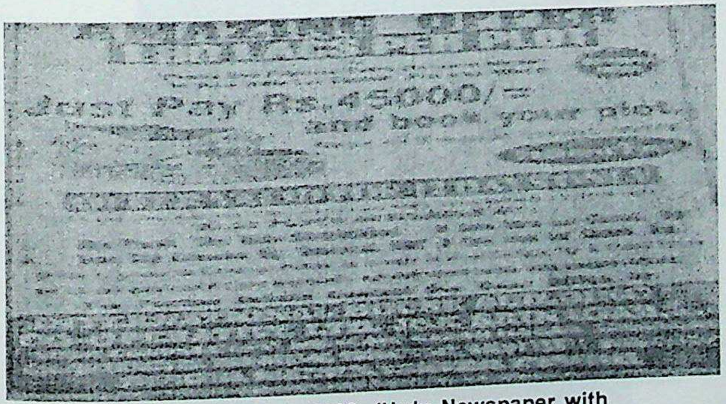
Aftaab (1957)
Urdu Daily Newspaper

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu



Graph-1: Comparison of use of Urdu and English language in advertisements in Alsafa- Urdu'l daily newspaper.

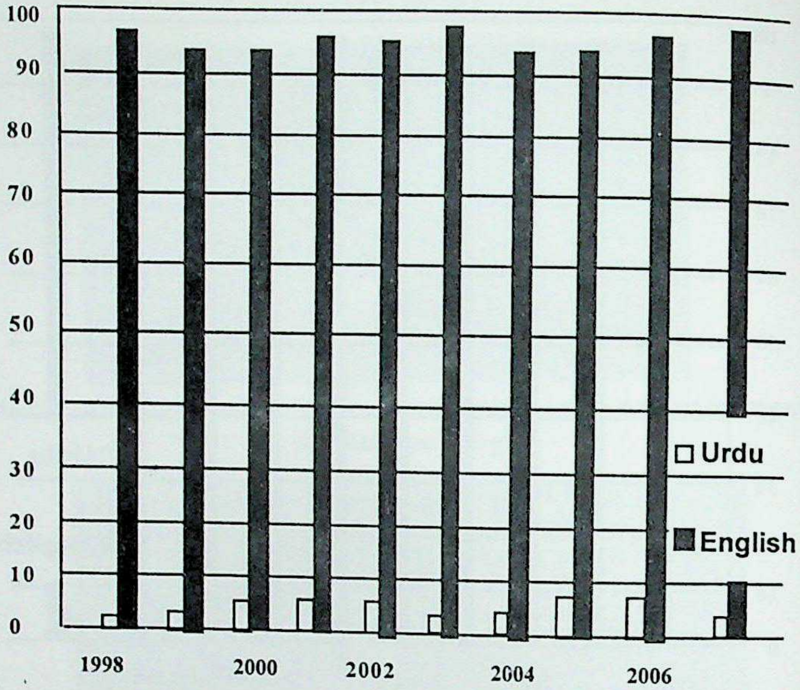
The following cuttings from Alsafa Urdu newspapers in the year 2008 will illustrate the language of advertisements:



Alsafa, 12 March 2008. (Urdu Newspaper with advertisement in English language)

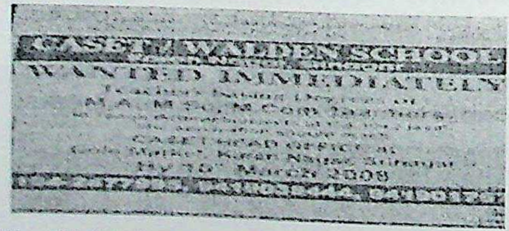
CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu



Graph-2: Comparison of use of Urdu and English language in advertisements in Aftaab-Urdu daily newspaper.

The following cuttings from **Aftab** Urdu newspapers in the year 2008 will illustrate the language of advertisements:



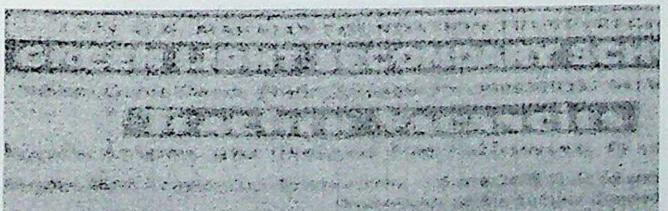
Aftab Vol 32, No- 61 (Urdu Newspaper with advertisement in English language)

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

Aftab Vol 32, No 61. (Urdu Newspaper with advertisement in English langauge)

Aftab Vol-32, No 63. (Urdu Newspaper with advertisement in English language)



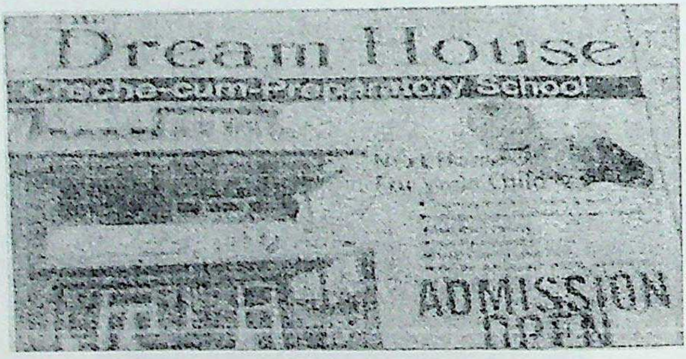
Aftab Vol-32, No 63. (Urdu Newspaper with English advertisement).

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

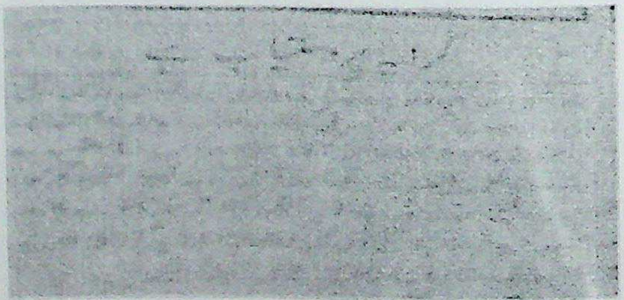
Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

Aftab Vol-32, No 61 Urdu with advertisement in English language.

Aftab Vol 32, No 61 (Urdu Newspaper with advertisement in English langauge)



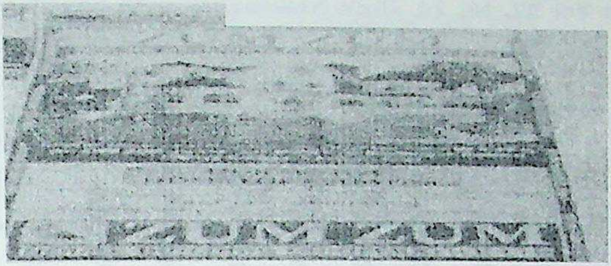
Aftab Vol-32, No 63. (Urdu Newspaper with advertisement in English language)



Aftab Vol-32, No 63. (Notice published by a local resident in Urdu language for his construction offered on rent).

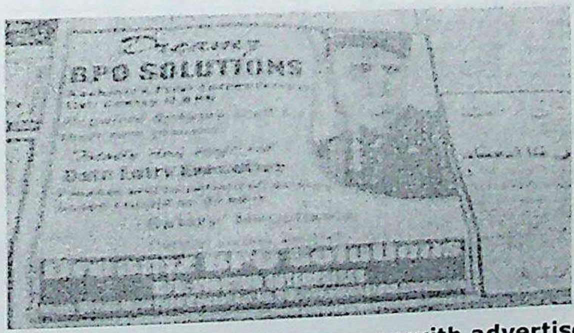
CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation Chandigarh Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu



Aftab Vol- 32, No 63. (Urdu Newspaper with English advertisement)

Aftab Vol- 32, No 63. (Urdu Newspaper with advertisement in English.

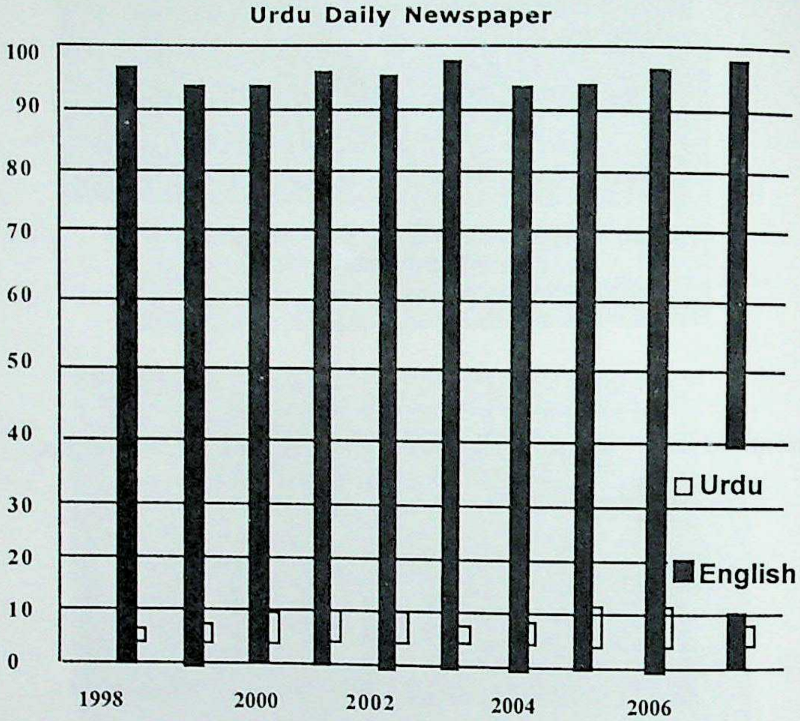


Aftab Vol-32, No 63. Urdu Newspaper with advertisement in English language.

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

Aftab Vol 32, No 70. Urdu Newspaper with advertisement in English langauge. Srinagar Times (1968)



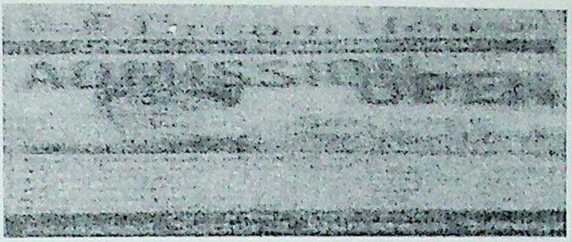
Graph-4: Comparison of use of Urdu and English language in advertisements in Srinagar Times-Urdu daily newspaper.

The following cuttings from **Srinagar Times,** Urdu newspapers in the year 2008 will illustrate the language of advertisements:

Srinagar Times Vol 39, 20 March 2008.

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

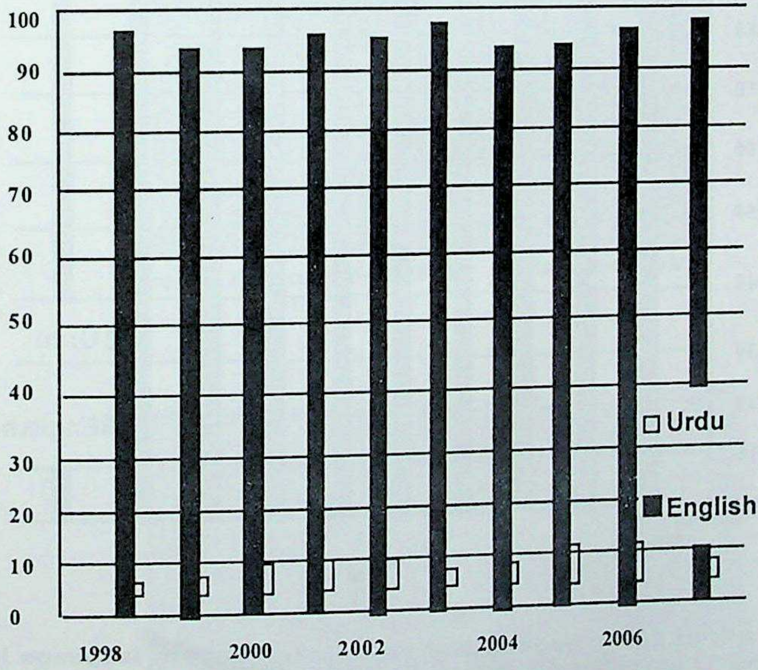


Srinagar Times Vol 39, 20 March 2008.

Wadi Ki Awaaz (1985)

Previous Urdu Daily Newspaper

Now Urdu-English billingual newspaper started from 2005

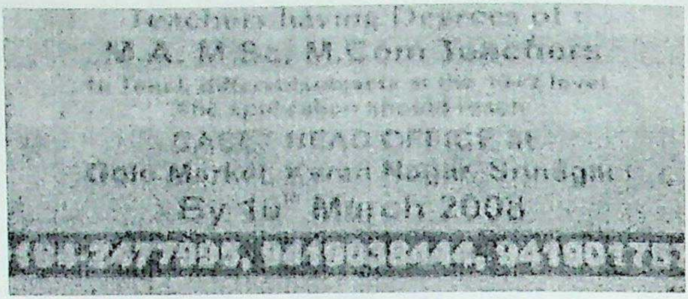


Graph-5: Comparison of use of Urdu and English language in advertisements in Waadi Ki Awaaz- Urdu daily newspaper.

The following cuttings from **Wadi Ki Awaaz,** Urdu-English billingual newspapers in the year 2008 will illustrate the language of advertisements:

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

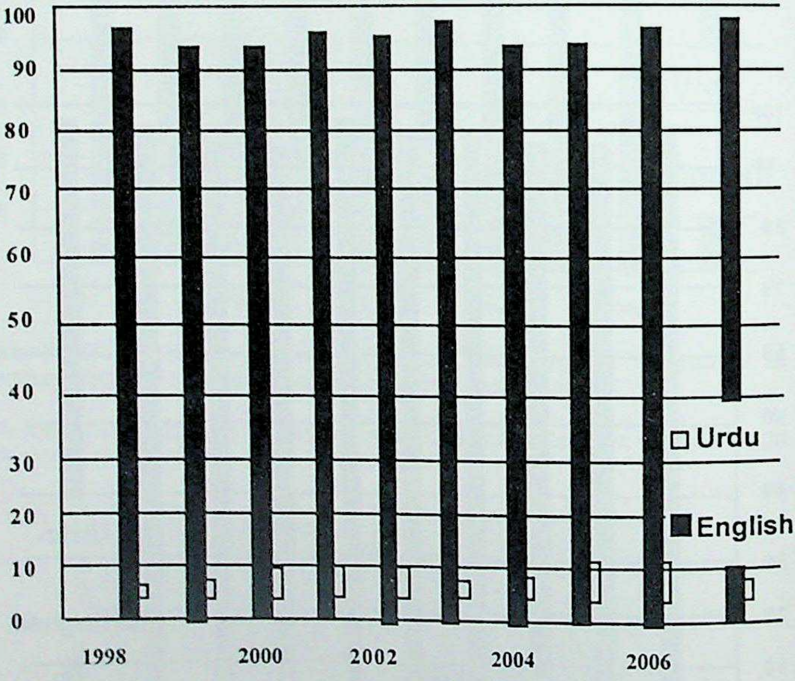
Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu



Wadi Ki Awaaz, Vol 24, No. 69

Greater Kashmir (1993)

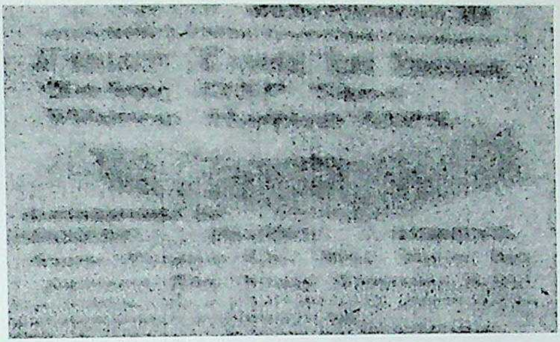
English Daily Newspaper



Graph-6: Comparison of use of Urdu and English language in advertisements in Kashmir -English daily newspaper.

The following cuttings from Greater Kashmir, English newspapers in the year 2008 will illustrate the language of advertisements:

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant



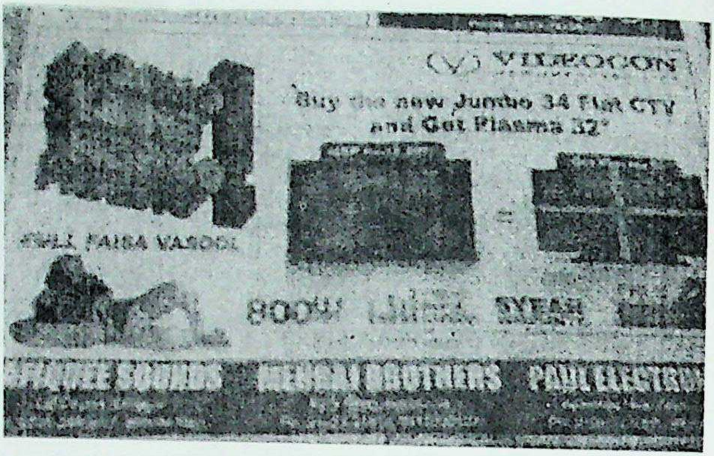
Greater Kashmir Vol-21, No 62. English Newspaper.

Greater Kashmir Vol-21, No 62. English Newspaper.

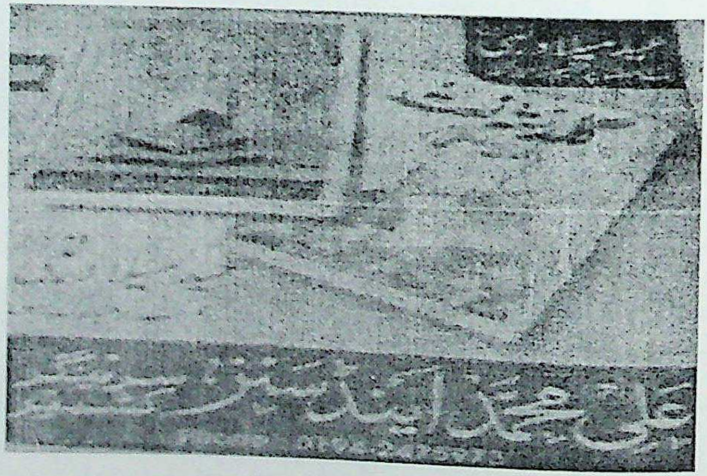
Greater Kashmir Vol-21, No 62. English Newspaper.

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu



Greater Kashmir Vol-21, No 67. English Newspaper.



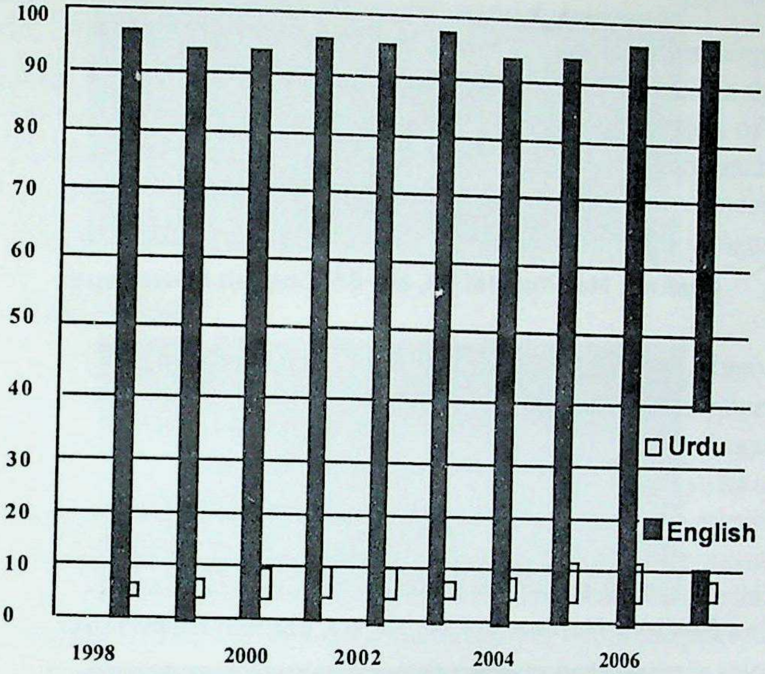
Greater Kashmir Vol-21, No 81. English Newspaper.

Kashmir Monitor (1998)

English Daily Newspaper

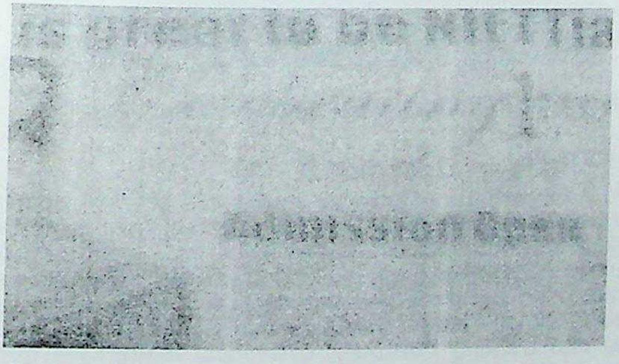
CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu



Graph-6: Comparison of use of Urdu and English language in advertisements in Kashmir Monitor-English daily newspaper.

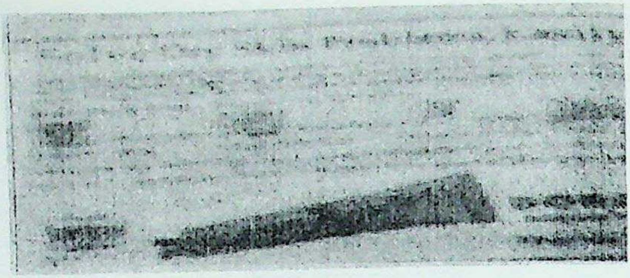
The following cuttings from Kashmir Monitor, English newspapers in the year 2008 will illustrate the language of advertisements:



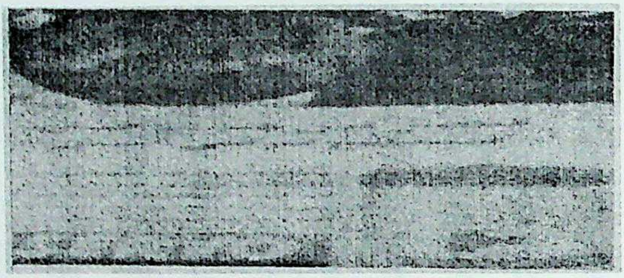
Kashmir Monitor Vol 10, No-65, English Newspaper

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu



Kashmir Monitor Vol 10, No-65, English Newspaper



Kashmir Monitor Vol 10, No-63, English Newspaper

Kashmir Monitor Vol 10, No-61, English Newspaper

Electronic media

In Kashmir, advertising in electronic media has grown tremendously. Particularly with the launching of 92.7 FM Srinagar, local cable TV channels like Take TV, Mouj, Waddi, Sen channel, etc. Almost every large and medium-scale distributors and manufacturers, educational institutes, private coaching academies heavily advertise his product of service on radio and television. The main categories of advertising are educational and training institutes, cosmetics, readymade garments, automobiles and related itentis, food products, furnishing items, dress material, electronic devices etc. The electronic media sells its advertising time in terms of seconds and minutes. At the present time news bulletin, TV serials, phone-in programmes, live telecasted games and programmes are now sponsored programmes.

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation, Chandigarh. Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

The presentation and production of vernacular advertising has been unplanned and homeproduced efforts that are deficient in shine. No vernacular advertisements are the original creation of the professionals involved in this work; these are just copied and translated in to Urdu or English. The language of very few vernacular advertisement which are for the farmers is made Kashmiri language.

Conclusion

The process of entertainment, information and education through advertisements acts as one of the most powerful tools. that influence linguistic norms and linguistic attitudes. This is true not only the language used in inter-personal communication, but also in language styles used in different fields of mass communication like cinema, radio, television newspapers, etc. language usage in these means of communication and entertainment have been part of what a particular culture thinks of as significant, and it has shown a hierarchy of values and perception. The more entertaining facilities available in the native language to the individual, the more likely he will perceive the positive attitude to his native language. The languages of advertisements in the valley acted as a tool that to some extent changed the perception of the group in favour or against the languages in contacts. It has changed the perception of mass population at sociopsychological level. It has acted as a motivational power in striving for positive attitude and for perceptual distortion in favour of native languages.

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

References

1. Chambers, J. 1997. Mass Media and Literacy in Language Change. Paper presented in Departmental Seminar. Department of Language and Linguistics.
2. Chunawalla, S.A. and Sethla, K.C. 1993. Foundations of Advertising Theory and Practice. New Delhi: Himalaya Publishing House (HPH).
3. Ghosh, A. 2001. Language And Media. C. J. Deshwani. (ed.) Language Education in Multilingual India. New Delhi: UNESCO.
4. History of Newspapers in India. Retrieved on 20th January 2006 < http://en.wikipedia.org/wiki/Mass media in India
5. Khan, N. A. 1987. Urdu Sahafat Ki Tariq. Aligarh: Educational Publishing House.
6. Matsomoto, K. 2001. Multilingualism in Palau: Language Contact with Japanese and English. Mcluhan, M. 1967. The Medium is the Message. Toronto: University of Toronto Press.
7. McLuhan, M. 1969. Understanding Media-The Extensions of Man. London: Art Paper Book.
8. National Readership of Newspapers 2006. Retrieved on 10th March 2007. <http:/www.allindianewspapers.com/ India-newspaper/national-readership-survey.html>
9. National Readership Survey. 2006. Retrieved on 8th March 2007. <http://www.hindu.com/nic/nrs.htm>
10. Sarwari, A. Q. 1984. Kashmir mein Urdu. Srinagar: Jammu and Kashmir Academy of Art, Culture and Languages.

G.M. College of Education
Raipur, Bantalab
Jammu
Acc No. 59
Dated 11/6/25

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant

Gandhi Memorial College Of Education Bantalab Jammu

ISSN 0975-6663

CC-0 Agamnigam Digital Preservation Foundation,Chandigarh.Funding by IKS-MoE-2025-Grant